

PUBLIC SERVICE- REDOVISNING 2017



Ljudet i fokus

sveriges **R**adio

1	Inledning.....	4
1.1	Sveriges Radios vd och styrelseordförande har ordet	4
1.2	Sveriges Radio i ett föränderligt mediolandskap.....	7
1.3	Årets redovisning	11
2	Det här vill Sveriges Radio	12
3	Detta har Sveriges Radio bidragit med	14
3.1	Värde för samhället	14
3.2	Förtroende	15
3.3	Värde för individen	17
3.4	Sveriges Radios bidrag till samhället	19
3.5	Publikmål	22
3.6	Allmänhetens värdering av programkategorier	24
3.7	Effekten av ökad produktivitet	25
4	Kvalitet och utveckling.....	27
4.1	Säkerställa uppdrag och kvalitet.....	27
4.1.1	Styrning och beställningsprocess	27
4.1.2	Decentraliserad organisation	28
4.1.3	Agendasättande	29
4.1.4	Kvalitetsarbete intern och extern programproduktion.....	30
4.1.5	Kompetensutveckling	32
4.1.6	Språkvård.....	33
4.1.7	Granskningar av Sveriges Radios program	34
4.1.8	Publicistiska priser	35
4.2	Utvecklingsarbete	36
4.2.1	Publicistisk utveckling	36
4.2.2	Teknisk utveckling	38
4.2.3	Innovationsteam	40
4.2.4	Sociala medier	41
4.2.5	Digitalradio i vänteläge	42
4.2.6	Nya tjänster.....	42
5	Här finns Sveriges Radio	43
5.1	Marksänd radio.....	43
5.2	Andra plattformar	45
5.3	Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet.....	47
6	Bredden i utbudet.....	50
6.1	Marksänd radio (FM och DAB) fördelad på programkategorier	50
6.2	Sveriges Radios utbud på internet	52
6.3	Sveriges Radio och sociala medier.....	57
7	Särskilda uppdrag och målgrupper.....	59

7.1	Jämställdhet, mångfald och spegling.....	59
7.1.1	Övergripande om begrepp och metoder	60
7.1.2	Verktyg i mångfaldsarbetet	61
7.1.3	Spegling av hela landet och variationer i befolkningen	62
7.1.4	Hur Sveriges mångfald speglas i utbudet	63
7.1.5	Uppföljning	66
7.1.6	55 procent-målet.....	68
7.2	Nyheter och samhällsbevakning.....	69
7.2.1	Nyheter	69
7.2.2	Utrikesverksamheten	72
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.....	80
7.3.3	Kulturproduktion	82
7.3.4	Tillgängliggöra kultur.....	82
7.3.5	Samarbete med kulturinstitutioner	83
7.3.6	Musik.....	84
7.3.7	Berwaldhallen.....	88
7.3.8	Nordisk kulturgemenskap.....	90
7.4	Barn och unga.....	92
7.4.1	Barnutbudet	92
7.4.2	Tonårsutbudet.....	96
7.5	Tillgänglighet	100
7.5.1	Program om, för och med personer med funktionsnedsättning.....	101
7.5.2	Barn och unga med funktionsnedsättning	102
7.5.3	Hörbarhet.....	104
7.5.4	Ökad tillgänglighet med publika digitala tjänster.....	104
7.5.5	Dialog med berörda grupper.....	105
7.6	Minoritetsspråk.....	106
7.6.1	Minoritetsspråk i Sveriges Radio - relevant innehåll på relevanta platfformar	106
7.6.2	Betydande ökning.....	108
7.6.3	Samiska	109
7.6.4	Finska	111
7.6.5	Meänkieli.....	112
7.6.6	Romani chib	114
7.6.7	Jiddisch.....	115

7.6.8	Utbud på andra minoritetsspråk.....	116
7.6.9	Dialog med berörda grupper.....	118
7.7	Variation i produktionsformer	119
7.8	Det breda anslaget	123
7.8.1	Sport	123
7.8.2	Livsstil	123
7.8.3	Underhållning.....	124
7.9	Lokalt uppdrag	125
7.9.1	Sveriges Radio P4 - 25 lokala kanaler och riksutbud	125
7.9.2	Fortsatt utvecklingsuppdrag för lokala kanaler	125
7.9.3	Stockholmskanalerna.....	127
7.10	Beredskap och viktig information till allmänheten	128
7.10.1	Risk- och sårbarhetsanalyser	128
7.10.2	Service - viktig information till allmänheten	128
7.10.3	Utsändningskvalitet	130
7.11	Publikmöten	131
8	Sveriges Radios publik.....	134
8.1	Publiken om Sveriges Radio	140
9	Resursanvändning.....	147
9.1	Intäkter	147
9.2	Kostnader	149
9.3	Produktivitet respektive effektivitet	151
9.4	Sidoverksamhet	157
10	Planer för framtiden.....	160
10.1	Sveriges Radio mot nytt sändningstillstånd	160
10.2	Utbudet	160
10.3	Sveriges Radios externa kommunikation	163
10.4	Attraktiv arbetsplats	164
10.5	Ekonomi i balans	165
Bilaga 1	- Villkor i sändningstillstånd och anslagsvillkor	167
Bilaga 2	- Sveriges Radios kanaler och distributionsplattformar	169
Bilaga 3	- Bolagsgemensamt index för minoritetsspråk.....	171
Bilaga 4	- Priser till Sveriges Radios produktioner och medarbetare	173
Bilaga 5	- Antal anställda per ort december 2017.....	174

1 Inledning

1.1 Sveriges Radios vd och styrelseordförande har ordet

Under 2017 har public service diskuterats mer än på länge. I oktober överlämnades ett delbetänkande från den parlamentariska public service-kommittén med förslag på hur framtidens public service bör finansieras. Under 2018 kommer samma kommitté lämna över förslag till utformning av det sändnings-tillstånd som ska börja gälla den 1 januari 2020.

Mycket står på spel för närvarande. Sveriges Radio var i sitt remissyttrande tydlig med de risker för oberoendet som en skattefinansiering kan innebära. De politiska beslut som väntar det kommande året, både vad gäller finansiering och uppdragets utformning, kommer att få stora konsekvenser för företagets framtid.

För Sveriges Radio är riktningen framåt tydlig. Ett stort antal utvecklingsprojekt pågår för att ytterligare stärka den komplexa roll vi som företag har för att bidra till en väl fungerande demokrati. Det har aldrig varit viktigare.

Den 7 april 2017 inträffade en terrorattack på Drottninggatan i Stockholm när en lastbil mejade ner ett antal oskyldiga männskor. Det var årets största svenska nyhetshändelse.

Inom några få minuter startade Sveriges Radio direktsändningar med ett utbud riktat och anpassat till olika målgrupper i samtliga FM-kanaler liksom digitalt och socialt. 5,2 miljoner männskor valde att följa nyhetsbevakningen av terrorattacken via linjär radio. Sveriges Radio var den största primära nyhetskällan för svenska folket.

Många yngre valde att följa *P3 Nyheter* på Instagram, den nyhetsleverantör som är störst på plattformen för den unga publiken. Den snabba nyhetskonsumtionen kompletterades med en specialproducerad nyhetsdokumentär som publicerades ett dygn senare.

2017 var ett år som präglades av en rad terrorattacker runt om i världen. Genom Nordens största korrespondentnät har Sveriges Radio snabbt varit på plats och gett publiken både den akuta nyhetsrapporteringen och den mer långsiktiga och fördjupande bevakningen från attacker i bland annat Manchester och Barcelona.

För 40 år sedan, den 14 februari 1977, startade de första av Sveriges Radios lokala kanaler sina sändningar. Ett jubileum vi har uppmärksammat under hela året. Den unika journalistik som produceras lokalt är en starkt bidragande orsak till att P4 fortsatt är landets i särklass största radiokanal med cirka 3,4 miljoner lyssnare varje dag.

Sveriges Radio befäste under 2017 sin position som landets enda riktiga riksmedium där det lokala knyts ihop med det nationella, via ett antal genrerredaktioner i Stockholm, och det internationella med Sveriges Radios stora nät med utrikeskorrespondenter.

Det är viktigare än någonsin att de lokala ämnesvalen, rösterna och perspektiven inte enbart hörs lokalt utan också når ut till en bredare, nationell publik via Sveriges Radios riksprogram.

I speciella lyssningsteam analyseras det utbud som erbjuds publiken och utifrån lyssningen förs sedan en diskussion om hur innehållet kan förändras och förbättras ytterligare. Det gäller såväl mångfalden i programmen som att publiken på riktigt bjuds in till ett medskapande.

De lokala kanalerna sänder sömlöst. Tiden från att en nyhet inträffar till dess att den publiceras är väsentligt kortare i dag oavsett om det som rapporteras äger rum lokalt, nationellt eller internationellt. En tydligare satsning har gjorts under året på att frigöra resurser till den lokala granskande journalistiken. Det har också gjorts förändringar i det så viktiga musikutbudet för att ge plats till en något äldre musik.

Satsningen på det lokala utbudet fortsätter under 2018, bland annat tillförs ytterligare resurser för att öka den journalistiska bemanningen under kvällstid. Sveriges Radio fortsätter också att utveckla nya tekniska lösningar för att enklare kunna flytta sändningar utanför radiohusen vilket underlättar en närlhet till publiken. De pilotprojekt som genomförts i Uddevalla och Borås kring den världsunika teknik Sveriges

Radio har utvecklat för att sända utanför radiohusen kommer att utvärderas under det första halvåret 2018.

Nya tekniska lösningar för Sveriges Radios medarbetare började också på allvar att användas under 2017, där en lätt mobil utrustning möjliggör en helt annan närväro ute hos lyssnarna.

Det har i sin tur gett publiken nya röster och perspektiv från delar av landet som vi tidigare varit sämre på att bevaka. Ett extra fokus har också lagts på att förstärka närväron och bevakningen av Stockholms förorter med ett antal länsrapportrar som inrättades 2016.

Sveriges Radios valbevakning 2018 blir viktigare än någonsin. Vi ser en svensk mediemarknad som är alltmer digital och global vilket i sin tur leder till ett alltmer fragmentiserat och polariserat samhälle. Det innebär att behovet av en öppen arena där olika åsikter bryts och röster hörs är allt viktigare. Under 2017 har Sveriges Radio tagit den rollen såväl lokalt som nationellt, och målsättningen är att ta den rollen ännu tydligare under kommande valrörelse.

Ekots satsning *#tiomiljoner*, där konkreta frågor viktiga för de tio miljoner som bor i Sverige sätts i fokus, har under året rönt stora framgångar dels hos publiken via ett antal intressanta röster och perspektiv, dels internationellt i form av priset Global Constructive Journalism Award.¹ Satsningen kommer att förlängas och utvidgas under valet i ett samarbete mellan Ekot och andra redaktioner.

Publiken har under 2017 bjutits in till Sveriges Radio-klubben där de gets möjlighet att komma närmare produktioner de normalt följer i radio. Vi har spelat in såväl *USApodden* som *Europapodden* under dessa kvällar, men också ordnat en speciell klubbkväll i Göteborg med fokus på den grävande journalistiken.

Göteborg är den stad där Sveriges Radios grävande program *Kaliber* produceras, och en av redaktionens uppmärksammade granskningar under året var *Hundfabriken* där försvarets dyra inköp av hundar avslöjades. Ekots Daniel Velasco och Daniel Öhmans avslöjande om KGB-agenten och oljesmugglingen vann i år det prestigefyllda Prix Europa.²

Den 6 februari 1917 lades grunden för det som senare skulle bli samernas nationaldag. Under 2017 har Sameradion storsatsat på hundraårsjubileet. Det har bland annat skett genom bevakning av olika evenemang på plats, men också genom att utveckla utbudet i form av en politikerpodd liksom en viktig granskning av vardagsrasismen tillsammans med SR:s Digitala insatsstyrka.

Sisuredaktionen har under hela året bland annat haft fokus på Finland 100 år och har samlat in publikens minnen och associationer via hashtaggen *#mittfinland*.³

Det är också tydligt att allt fler nyanlända svenskar efterfrågar *Radio Sweden på lätt svenska*, en podd från Ekot Radio Sweden, och vårt utbud på de egna språken. Ett tydligt exempel är Radio Swedens persiska sida på Facebook med fler än 50 000 följare och med en stor interaktion med publiken.

Det linjära lyssnandet på radio i Sverige är 2017 förhållandevist stabilt samtidigt som lyssningen on demand, främst via podd, ökar. Vi ser dock en vikande trend när det gäller den linjära lyssningen på P3 i huvudmålgruppen 20–34 år och det råder en osäkerhet kring hur trenden kommer att utvecklas för den yngre delen av P4-publiken. Under 2017 har vi därför analyserat den unga publiken ur en mängd olika perspektiv. Publikens har bjutits in till dialog, och en ny plan för P3 med fokus på såväl FM som digitalt och socialt kommer att sjösättas under 2018. Det blir tre tydliga direktsända block i FM med färre titlar och färre men bättre poddar.

2017 var också det år då Sveriges Radio ytterligare förtysligade att vi är ett mediebolag med ljudet i fokus för all innehållsutveckling, det vill säga både i FM och digitalt/socialt.

Därför prioriterar vi att ta fram nya format där ljudet har en ännu mer central roll och där innehållsutveckling och teknisk utveckling kopplas ihop. Sveriges Radio kommer även fortsättningsvis publicera både text och bild – även rörlig bild – på sina sajter, men det kommer att vara i en ännu tydligare, stödjande roll.

¹ <https://www.journalisten.se/nyheter/ekot-prisas-tiomiljoner-satsningen>.

² <http://prixeuropa.eu/competition/winners>.

³ <http://sverigesradio.se/sida/avsnitt?programid=5101>.

Ett exempel är arbetet med att utveckla ett nytt digitalt nyhetsuttryck, vilket ett stort antal medarbetare har varit delaktiga i under 2017. Målet är att ha minst ett delförslag klart för lansering inför valet. Vi utvecklar en lösning där vårt nyhetsflöde på webben förenas med vårt ljudande fokus i *Play*.

Ett digitalt nyhetsuttryck ingår i planen för att utveckla *SR Play* mot ett mer personaliserat men kurerat erbjudande. Utvecklingen sker stegvis och ett antal nya versioner av *Play* har släppts under 2017.

På sikt ska *Play* bli Sveriges Radios primära digitala erbjudande i såväl den uppkopplade bilen som i mobilen. *Play* kommer också att ha en central roll i det uppkopplade hemmet och under året har försök gjorts med att ta fram format för röststyrda smarta assistenter till exempel för Amazon Echo och Google Home.

Sveriges Radio är en av landets viktigaste medieaktörer när det gäller nyheter och samhällsjournalistik. Likasamt viktigt är vårt stora och breda kulturuppdrag. Sveriges Radio är i dag landets i särklass största kulturscen.

Under 2017 utvecklades repertoaren i Berwaldhallen ytterligare och inför två fullsatta hus uruppförde Radiokören Jacob Mühlrads körverk Kaddish, en fiktiv dialog mellan Jacob och hans egen morfar som suttit i Auschwitz.

Berwaldhallen med Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören är tillsammans med P2 den största beställaren i Sverige av nyskriven svensk musik.

2017 var det premiär i P1 för nya *Litteraturveckan* som sändes från Luleå. Sveriges Radio Drama arbetar numera mot olika publikgrupper i de olika kanalerna och på samtliga plattformar. Under året släpptes ett antal nya poddsatsningar riktade mot en yngre publik, bland annat *Ufopodden* och *Darknet*.

776 bidrag kom in till den stora talangjakten *P4 nästa* med delfinaler i alla P4-kanaler runt om i hela Sverige. Finalen 2017 ägde rum i Linköping.

Året inleddes som vanligt med *P3 Guld*, denna gång från Partille, och avlutas traditionenligt med *Musikhjälpen* som 2017 firade tioårsjubileum och sändes från en glasbur i Umeå. Det blev ett nytt rekord både när det gäller antalet engagemang, cirka 586 000, och insamlade medel – drygt 74 miljoner kronor.⁴

I P2 genomförde vi en av de största satsningarna någonsin, Richard Wagners Nibelungens ring i fyra föreställningar med sammanlagt 16 timmar direktsänd musik inom loppet av sex dagar.

Det räcker dock inte att ha ett bra och kvalitativt utbud. I dagens globala och digitala konkurrens, där ett antal nya aktörer också satsar på ljud, gäller det att bli vald.

Under 2017 har därför ett arbete inletts med att förtävla Sveriges Radios varumärke i en värld som blir alltmer digital och social. Vi har också inlett ett arbete med att stärka företagets arbetsgivarvarumärke, speciellt gentemot yngre och mer digitala framtida medarbetare.

Arbetsmiljön i stort har också varit i fokus och då speciellt en fördjupad diskussion kring trakasserier och kränkande särbehandling i kölvattnet av #metoo.

Sveriges Radio ska vara en arbetsplats där alla tar ansvar för den gemensamma arbetsmiljön och där ett oacceptabelt beteende inte hör hemma. Riktlinjer och policyer har återigen diskuterats på redaktioner och avdelningar och ytterligare utbildningsinsatser för såväl medarbetare som chefer kommer att genomföras i början av 2018.

John Brattmyhr, styrelseordförande

Cilla Benkö, vd

⁴ <http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=103&artikel=6845023>.

1.2 Sveriges Radio i ett förändert medielandskap

De senaste åren har inneburit stora förändringar i samhället, förändringar drivna av faktorer som digitalisering, globalisering och polarisering. Det ställer nya krav på medieaktörer. Globala företag som Google och Facebook blir större och mer dominerande även på den svenska marknaden. Internationella betal-tv-tjänster som Netflix och HBO och musiktjänster som Spotify omsätter högre summor och får större betydelse i människors liv. Framväxten av så kallade alternativa medier och den intensiva debatten om algoritmer, rykten och propaganda innehåller att public service har en allt viktigare roll att spela.

Globala förändringar påverkar givetvis även Sverige. Ett samhälle som i allt högre grad präglas av polarisering och fragmentisering har gynnat framväxten av så kallade filterbubblor där det är lätt att få den egna världsbilden bekräftad snarare än utmanad.

Men polarisering handlar inte enbart om olika åsikter med avseende på politisk preferens eller en skillnad mellan land och stad. I dag finns också på många håll en allt tydligare klyfta mellan det som uppfattas som en elit och en icke-elit. Sveriges Radios roll i det nya medielandskapet är väsentlig. Genom att erbjuda allmänheten en oberoende journalistik präglad av opartiskhet, bredd och djup bidrar SR till att minska informations- och kunskapsklyftorna. Sveriges Radio ska fortsätta att utveckla målet att vara hela Sveriges Sveriges Radio och att hela tiden ha ljuset i fokus.

Växande utbud

I dagens medievärld förändras förutsättningarna oavbrutet. Publikn väljer vad den vill lyssna på, när den vill lyssna och hur den vill lyssna. Det ställer andra krav på både innehåll och distribution jämfört med tidigare. En konsekvens är att utvecklingstakten måste öka för de medieföretag som fortfarande vill vara relevanta och spela en avgörande roll i det framtida mediesamhället. För Sveriges Radio innehåller visionen att vara Sveriges viktigaste medieföretag ett ständigt utvecklingsarbete och omfördelning av resurser för att kunna möta nya krav och anpassa sig till förändrade förutsättningar.

Sveriges Radio spelar en stor roll för publiken, både när det gäller lyssning och förtroende. En vanlig vecka lyssnar 6,8 miljoner personer på Sveriges Radio.⁵ För Sveriges Radio är det avgörande att vara en radio för hela landet och för hela publiken. Det ställer stora krav på innehåll, paketering och tillgänglighet. En radio i allmänhetens tjänst blir vald av lyssnarna och finns med när publiken behöver den och där publiken söker den.

Nya tekniska lösningar

Ett nytt medielandskap kräver nya sätt att tänka och arbeta journalistiskt. För Sveriges Radios del har arbetet med innovation och nya tekniska lösningar för att möjliggöra ett mer mobilt arbetssätt intensifierats de senaste åren.

En viktig del i detta är framtagandet av Radiohus Next Generation, ett projekt som Sveriges Radio drivit för att hitta nya lösningar för fjärrstyrning av utrustning och transport av ljud i nätverk och som nu installerats på två lokala kanaler, i Uddevalla och i Borås. Next Generation innehåller att sändningen styrs på distans från en dator med pekskärm, en surfplatta eller en telefon i stället för att sändningen sköts från ett traditionellt mixerbord.

I grunden innehåller Next Generation att det blir enklare att sända utanför de traditionella radiohusen. På sikt behövs inte lika stora radiohus med lika många studior som i dag. Arbetet har rönt stor internationell uppmärksamhet och många länder inom European Broadcasting Union (EBU) har kommit på studiebesök

⁵ Kantar Sifos mätningar 2017 på uppdrag av radiobranschen, PPM, 12–79 år och Kantar Sifos mätning 2017 på uppdrag av Sveriges Radio, CATI, personer 80 år och äldre.

till de lokala kanaler där utvecklingsarbetet kommit längst. Under oktober 2017 tog exempelvis P4 Väst i Uddevalla emot fler än 50 internationella besökare som ville lära sig mer om den nya tekniken.

En annan innovation är den så kallade OB-väskan som möjliggör en avsevärt högre grad av mobilitet för reportrar som ska medverka i direktsändning. Väskan är en egenutvecklad portabel sändningsutrustning som förenklar möjligheterna till driftsäker direktrapportering från platser som tidigare varit svåra att rapportera ifrån. I dag finns OB-väskan på alla Sveriges Radios lokala kanaler och används också ofta av det stora korrespondentnätverket.

Ett tredje hjälpmmedel som förenklar ett mobilt arbetssätt är Luci Live, en app i mobiltelefonen som gör det möjligt att medverka med god ljudkvalitet och som repotrar över hela Sveriges Radio numera använder.

Riktningen mot en större mobilitet innebär att både rikstäckande och lokala kanaler sänder hela eller delar av program från fler platser än tidigare eftersom det är lättare att förflytta hela sändningar utanför husen. Ett exempel är P4 Blekinge som under 2016 gjorde 32 utesändningar. 2017 genomförde kanalen 42 utesändningar och 2018 kommer antalet öka ännu mer. Den här trenden gäller samtliga P4-kanaler.

Utvecklingen och omställningen är resurskrävande men kan i en framtid innehålla ännu större möjligheter att spegla hela landet på kontinuerlig basis. De förändringar som har inletts innehåller att radiohusens fysiska placering runt om i landet i en framtid kommer att bli mindre viktig. Samtidigt kommer det även framöver att finnas behov av fasta radiohus för till exempel säkra förbindelser liksom minst en studio för varje lokal kanal. Genom att utveckla ny teknik som stödjer ökad mobilitet kan inte minst lokala kanaler sända och bevakar från fler platser betydligt oftare och därigenom spegla hela Sverige på ett bättre sätt än tidigare.

Ny organisation

För Sveriges Radio är det väsentligt att i hela verksamheten ständigt utvärdera arbetssätt och rutiner för att bidra till en så resurseffektiv användning av licensmedel som möjligt. Det överordnade målet är att frigöra alla tänkbara resurser för att producera kvalificerad journalistik till den breda och mångfasetterade publik som utgör Sveriges Radios lyssnare.

För att bättre svara upp mot de krav den digitala utvecklingen ställer och för att i högre grad fläta samman innehållsutveckling och teknisk innovation, har Sveriges Radio under 2017 genomfört en stor omorganisation inom företagets tekniska delar. 2016 inrättades en ny tjänst som innovationsdirektör med ansvar för innehållsutvecklingen i FM, digitalt och socialt samt för att knyta ihop den tekniska utvecklingen med nya innehållsidéer. Parallelt med det har Sveriges Radio separerat ansvaren för ekonomi och teknik och inrättat särskilda tjänster som ekonomi- respektive teknikdirektör. Teknik- och innovationsorganisationerna inom Sveriges Radio har därmed på ett tydligare sätt än tidigare knutits ihop vilket förkortat ledtider och beslutsvägar, något som är nödvändigt i ett mer snabborligt medielandskap. En annan effekt av omorganisationen är att teknisk och journalistisk utveckling har länkats samman för att bättre kunna möta publikens alltmer varierade behov i en digitaliserad värld.

Med ljudet i fokus

Det är viktigt att publiken intuitivt och enkelt kan utforska det breda utbudet. Därför har Sveriges Radio inlett ett arbete med att vidareutveckla appen *SR Play* och det digitala nyhetsuttrycket. *SR Play* kan bli den framtida portalen till hela Sveriges Radios utbud via internet, på mobilenheter, på datorer och via sajten. *SR Play* ska göra det enkelt för publiken att komma åt Sveriges Radios kanaler, program, inslag och de viktigaste elementen i programmen.

Sveriges Radio startade 2016 ett personaliseringsteam med uppgift att arbeta med utökad funktionalitet i *SR Play*. Anpassning till användarnas behov är viktig 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 filter-bubbla. Personalisering⁶ är därmed ett sätt att upptäcka innehåll som man inte känner till finns, särskilt för den som saknar förkunskap om radions utbud, inte minst på de lokala P4-sajterna där merparten av alla nyheter har ett ljudklipp, vilket även gäller hela *sverigesradio.se*.

På P4-sajterna liksom överallt annars handlar Sveriges Radios journalistik i grunden om ljud. För att lyssnare ska hitta till det breda utbudet digitalt krävs text som vägleder, men det är ljudet som står i centrum. En konsekvens är att Sveriges Radio inte har en specifik nyhetsapp som är textbaserad. Att Sveriges Radio även på längre sikt kommer att vara ett företag med ljudet i fokus är självklart, liksom att detta kommer att avspeglas i det som görs på olika digitala och sociala platfformar.

Förtroende och demokrati

I en tid av ökade klyftor, starkare polarisering och en tilltagande misstro är det väsentligt med medier som medborgarna kan känna tilltro till och som opartiskt och oberoende kan granska makten. Det är viktigt att kunna möta publiken där den finns för att på allvar kunna spegla deras vardag. Sveriges Radio är det enda medieföretaget med närvaro över hela landet. Sveriges Radio finns på 50 platser med 28 lokala kanaler som var och en sänder minst 50 timmar varje vecka.

I Europa är radio det medium som invånarna litar mest på, och av radioföretag är det YLE och Sveriges Radio som har högst förtroende i hela Europa.⁷ Som konstateras i public service-kommitténs delbetyänkande⁸, är en förutsättning för en välfungerande demokrati att medborgarna är välinformerade vilket gör att de kan utkräva ansvar av makthavare, inte minst i samband med val. Det i sin tur kräver tillgång till oberoende och opartiska medier.

Som konstateras i avsnitt 3.2 är förtroendet för de svenska public service-bolagen unikt. 74 procent av de tillfrågade i SOM-undersökningen svarade att de hade ganska stort eller mycket stort förtroende för innehållet i Sveriges Radio.⁹ 83 procent¹⁰ av befolkningen anser att Sveriges Radios lokala nyheter är viktiga. Nio av tio¹¹ anser att Sveriges Radios nyhetsprogram är viktiga.

Nästa generations radiolyssnare

För Sveriges Radio är det avgörande att finnas där publiken finns, inte minst gäller det den yngre generationens radiolyssnare. Att tidigt nå den unga publiken med ett kvalificerat utbud präglat av oberoende och opartiskhet kräver ett attraktivt innehåll på de platfformar där unga rör sig. P3 arbetar strategiskt digitalt/socialt för att nå den unga publiken med nyheter, samhällsinformation och kultur på de digitala platser där ungdomarna befinner sig.

För Sveriges Radio är det väsentligt att hela tiden erbjuda publiken ett brett utbud och tillgängliggöra en kvalificerad musikjournalistik som ständigt upptäcker och spelar ny musik. Under 2017 spelades 12 776 olika titlar i P3.¹² P3:s förmåga att hitta och introducera nya artister för publiken är omvittnad. Många svenska musiker och artister hade aldrig fått ett genombrott och kunnat spelas i kommersiella kanaler om de inte först hade upptäckts av och spelats i P3 och P4.

Med *P3 Nyheter* når Sveriges Radio en stor ung publik med ett kvalificerat opartiskt innehåll som bättre rustar dem att fatta välgrundade beslut i exempelvis val. *P3 Nyheter* är den största nyhetsleverantören för en publik på Instagram.

⁶ Se mer om personalisering i avsnitt 6.2.

⁷ Trust in Media 2017, EBU.

⁸ SOU 2017:79.

⁹ Larmar och gör sig till, SOM-institutet, 2017, s. 100.

¹⁰ Novus Group, Attitydundersökningen december 2017.

¹¹ Novus Group, Attitydundersökningen december 2017.

¹² Data hämtade från Radio Analyzer.

Det talade innehållet står för en betydande del av sändningstiden på alla Sveriges Radios kanaler. P3 har exempelvis 40 procent talat innehåll vilket är unikt i Europa för en kanal som riktar sig till just unga. P3:s talade innehåll är särskiljande på ett genomgripande sätt. I *P3 Historia* skildras personer som skapade vår historia – både de kända och de mindre omskrivna – och lyssnaren kan välja olika avsnitt, allt från *Det stora oväsendet – den vanskinniga häxjakten till Kleopatra – briljant politiker eller galen diktator?*.

Gemensam poddvaluta

I november 2017 presenterades den första topplistan avseende lyssning på poddar som ett resultat av ett branschgemensamt arbete som pågått under lång tid. Tanken är att öka transparensen och hitta ett gemensamt sätt att redovisa räckvidd med avseende på poddar. Resultatet har under de första veckorna visat att Sveriges Radio har flera av de mest avlyssnade poddarna, med *P3 Dokumentär* som den allra största. *P3 Dokumentär* når under en vecka cirka 300 000 digitala enheter (telefoner, plattnar, datorer). Vissa delar av Sveriges Radios utbud har en stor publik on demand medan andra program har en publik på över 1,5 miljoner lyssnare när det sänds linjärt i tablån och en liten publik on demand.

Tillgotoräkna webben

Dagens reglering av public service utgår från marknätet, och programbolagens verksamhet på internet kan av grundlagsskäl inte regleras. Det uppdrag som programbolagen har är emellertid vidare än så. Av propositionen inför det nu gällande sändningstillståndet framgår till exempel att det är nödvändigt att utbudet tillgängliggörs på olika plattformar och att uppdraget i den meningen är teknikneutralt och inriktat på att sändningarna ska göras tillgängliga på de plattformar som publiken använder.¹³ Därför är det nödvändigt att utbudet på webben får tillgotoräknas när Granskningssämnden utvärderar hur uppdraget har uppfyllts. Sveriges Radio anser att det är fullt möjligt genom att regeringen ger Granskningssämnden i uppdrag, utifrån nuvarande reglering, att beakta webbutbudet vid sin granskning.

¹³ SOU 2012/13:164, s. 28 och 50.

1.3 Årets redovisning

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

Sveriges Radio har fortsatt utveckla utbudet för att ännu bättre svara mot samtliga villkor i uppdraget.

Förtydliganden, med exempelvis underrubriker, har gjorts på flera ställen i redovisningen där GRN enligt yttrandet för 2016 inte kunnat utläsa om Sveriges Radio uppfyllt villkoren.

I några fall har SR inte fullt ut följt nämndens önskemål om utveckling av redovisningen. Det gäller främst nämndens önskemål om fler resultatmått.

Rent kvantitativa mått är sällan meningsfulla vid bedömningen av om Sveriges Radio uppfyllt villkoren i sändningstillståndet eftersom dessa villkor huvudsakligen är kvalitativt formulerade. Det är främst kvalitativ utveckling som krävs, inte kvantitativ.

Med alltför stort fokus på resultatmått är risken att man mäter det som går att mäta snarare än vad som är viktigt utifrån public service-uppdraget.

Sveriges Radios ambition är att ta fram en redovisning som svarar mot uppdraget. Med dess mång-fasetterade, kvalitativa villkor är ofta beskrivande text det enda som någorlunda rättvist kan visa vad som levereras till publiken.

Arbetet med att utveckla redovisningen, även i samarbete med de övriga programbolagen, har fortsatt under 2017. Det kommer dock fortsätta vara tre olika redovisningar eftersom det är tre olika bolag, och 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	Engagerad publik <ul style="list-style-type: none">• Vi ska sätta agendan• Förtroendet för Sveriges Radio ska vara högt• Vi ska möta publiken där den är	Attraktiv arbetsplats <ul style="list-style-type: none">• Vi ska ge medarbetarna möjlighet att utvecklas• Vi ska öka vårt samarbete för att ständigt förbättra företaget• Vi ska öka mångfalden på alla områden	Ekonomi i balans <ul style="list-style-type: none">• Vi ska ha handlingsfrihet att utveckla och förnya verksamheten• Vi ska använda resurserna effektivt och ge mesta möjliga public service för pengarna
Värdegrund	Oberoende, trovärdiga, öppna, nyskapande		

Sveriges Radios värdegrund syftar till att stärka och långsiktigt garantera publikens förtroende genom att vara ett trovärdigt, öppet, oberoende och nyskapande radiobolag. Att känna till och kunna omsätta värdegrundens i praktiken är viktigt både på kort och lång sikt. Genom en pågående dialog inom samtliga enheter förankras värdegrundens och blir en naturlig del i verksamhetsplanering och uppföljning.

Sveriges Radios strategiska mål finns uppdelade i tre olika kategorier: publik, personal och ekonomi. Inom varje kategori görs kontinuerlig uppföljning av både planer och mål genom indikatorer, flera av dessa följer senare i denna redovisning.

Sveriges Radio mäter regelbundet **publikens** på många olika sätt. De främsta indikatorerna är de årliga publikmålen.

Radiolyssningen har genomgått stora förändringar de senaste åren. Under decennier nåddes publiken enbart genom marksänd FM-radio. I dag sker överföring av ljud på många olika sätt. Den största publiken nås fortfarande via traditionella sändningar över FM-nätet, samtidigt tillkommer nya publikgrupper som har helt andra användarbeteenden och konsumrar radio och andra medier när de vill och ofta via helt andra plattformar än tidigare. Här spelar exempelvis on demand-lyssningen en allt större roll. Lyssningen on demand kan äga rum via vanliga datorer, mobiltelefoner eller andra apparater som surfplattor.

Även genom sociala medier når Sveriges Radio en stor publik där det också är möjligt att ha en mer utvecklad dialog med lyssnargrupper som annars inte tar del av public service med någon större frekvens. Framöver kommer sannolikt en allt större del av lyssningen äga rum via så kallade smarta assistenter, till exempel Alexa i Amazon Echo eller Google Home som aktiveras via röststyrning.

Publikmål 2017:

- 84 procent av befolkningen 12–79 år lyssnar på Sveriges Radio en genomsnittlig vecka
- 3,1 miljoner följare/gillare på sociala medier.

Därutöver har Sveriges Radio publikmål för kanaler, vilka utgör verktyg i det interna arbetet med att utveckla programutbud och publikkontakter. Publikmålen följs upp kontinuerligt och är en viktig del i redaktionernas utvecklingsarbete.

Sveriges Radio genomför återkommande en medarbetarundersökning som en del i **personalarbetet**. I undersökningen synliggörs styrkor och svagheter i det psykosociala arbetsmiljöarbetet, ledarskapet och medarbetarskapet. Detta ger en utgångspunkt för bland annat Sveriges Radios långsiktiga arbetsmiljöarbete och utveckling av den egna arbetsgruppen. Utifrån resultatet tas handlingsplaner fram för varje del av företaget. Planerna används som utgångspunkt för att uppnå förbättringar men också för att bibehålla goda resultat.

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

För att Sveriges Radio ska kunna fortsätta utveckla journalistik i världsklass i allmänhetens tjänst är det helt avgörande att ha en **ekonomi** i balans. Det leder till en handlingsfrihet när det gäller möjligheten att göra omprioriteringar till journalistik och digitalisering från andra områden. Sveriges Radios ekonomi och resursanvändning redovisas i kapitel 9.

Som ett verktyg för att nå de långsiktiga målen startade Sveriges Radio år 2013 projektet SRPU – Sveriges Radios Publicistiska Utveckling. Där bedrivs under hela den innevarande tillståndsperioden (2014–2019) ett arbete med mål att stärka bolagets publicistiska utveckling och fortlöpande förbättra relationen till publiken samt anpassa distributionserbjudandet till publikens behov och krav.

Företagsledningen har pekat ut tolv områden som är i fokus för utveckling och förändring. Projekten är avgränsade i tid och i omfattning och ska genomföras stevvis under perioden. Utöver dessa särskilda utvecklingsprojekt 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 samhället och kulturella grunder som demokratin bygger på
- granska och producera mer originalinnehåll
- utveckla tekniska förutsättningar att kunna sända varifrån som helst
- stärka det lokala utbudet i hela landet och vara närvarande och tillgänglig vardag som helg
- vara en öppen arena som bidrar till att öka förståelsen för och kunskapen om andras åsikter genom samtal, debatt och dialog
- utveckla, vidga och fördjupa kulturutbudet
- utveckla rollen som landets största musik- och kulturscen, bland annat genom Sveriges Radios Symfoniorkester, Radiokören och Berwaldhallen
- engagera barn och unga med ett utvecklat innehåll och mobila tjänster
- ha rösterna och upplevelserna i centrum med ett speciellt ansvar för att utveckla radioberättandet
- värla 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

Utvecklingen mot ett alltmer polariserat samhällsklimat har pågått under en längre tid och går att identifiera inom åtskilliga samhällsområden – en utveckling där globalisering, digitalisering, teknikutveckling och fragmentisering har bidragit till en förändrad bild. I forskningsantologin ”Larmar och gör sig till” från SOM-institutet¹⁴ konstaterar redaktörerna att de ser en utveckling med

”ett tilltagande effektsökeri och där systematisk kunskap tenderar att ges samma utrymme som lösryckt tyckande.”¹⁵

Redaktörerna noterar en utveckling där det blivit alltmer gångbart att inte betrakta medierna som ”en demokratisk samhällsinstitution utan som en enhetlig och partisk elitaktör i en ideologiskt polariserad samhällsdebatt.”¹⁶

Effekten är att stora kvalitetsmedier i många fall fått ett minskat förtroende från delar av en alltmer splittrad allmänhet. Också från politiskt håll har angreppen på och ifrågasättandet av kvalitetsmedier ökat de senaste åren, inte minst i USA där den amerikanske presidenten Donald Trump återkommande riktat skarp kritik mot etablerade medier och deras verksamhet.

Den långsiktiga trenden när det gäller förtroende för stora institutioner i Sverige är bekymmersam. Förtroendet för de elva institutioner som varit med i SOM-undersökningen sedan starten 1986 har sjunkit i samtliga fall utom ett.¹⁷ Det illustrerar en utveckling där det blir allt färre aktörer med ett högt förtroende och där även de aktörer som traditionellt sett åtnjutit ett högt förtroende får problem att över tid upprätthålla samma siffror som tidigare.

Även om det hittills inte har skett några förtroenderas när det gäller svenska medier, är det väsentligt att peka på svårigheterna att behålla de höga förtroendesiffror som inte minst Sveriges Radio har haft, om polarisering och misstro fortsätter öka. Sveriges Radio menar att det inte är meningsfullt att sätta mål på sådant som i allt väsentligt beror på faktorer utanför SR:s påverkan.

Sedan många år genomför Novus Group en årlig attitydundersökning åt Sveriges Radio.¹⁸ Flera av de indikatorer som redovisas i detta kapitel har hämtats från den. I undersökningen tillfrågas både personer som lyssnar på Sveriges Radio och personer som uppger att de inte lyssnar. Grundtanke bakom undersökningen är att över tid följa utvecklingen i attityd till Sveriges Radio hos olika åldersgrupper. SR noterar att det i ett antal kategorier som mäts finns tecken på långsamt fallande siffror. Det finns många samverkande faktorer bakom utfallet, och Sveriges Radio kommer att följa utvecklingen noga.

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 1. Sveriges Radios värde för samhället

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

¹⁴ Andersson, Ohlsson, Oscarsson, Oskarson (red): Larmar och gör sig till, SOM-institutet, 2017.

¹⁵ Larmar och gör sig till, SOM-institutet, 2017, s. 10–11.

¹⁶ Larmar och gör sig till, SOM-institutet, 2017, s. 12.

¹⁷ Larmar och gör sig till, SOM-institutet, 2017, s. 48.

¹⁸ Novus Group, Attitydundersökningen december 2017.

Attitydundersökningen för 2017 visar att 78 procent av allmänheten 16–79 år anser att Sveriges Radio har ett mycket eller ganska stort värde för samhället i stort. Trots den tilltagande kritik som riktats mot medier i allmänhet de senaste åren så anser nästan åtta av tio att Sveriges Radio har stort eller ganska stort värde för samhället. Trenden är svagt vikande men i grunden stabil.

I en tid när faktaresistens och alternativa fakta har börjat breda ut sig och när traditionella medier präglade av hög etik och kvalitet utmanas av mäktiga politiska och kommersiella krafter, är det viktigt att peka på den centrala roll som oberoende medier spelar i det demokratiska samhället. Som forskarna Ulrika Andersson och Lennart Weibull konstaterat är förtroende och tillit grundstenar

”i ett fungerande samhällsbygge och medierna är som tredje statsmakten en viktig komponent häri”.¹⁹

Jesper Strömbäck, professor i journalistik och politisk kommunikation vid Göteborgs universitet, konstaterar med utgångspunkt i den omfattande forskningen om public service och dess betydelse att starka public service-kanaler inte enbart har en betydelse i sig själva, de påverkar också den omkringliggande mediestrukturen. Det sker bland annat

”genom att påverka kommersiella kanaler i riktning mot mer investeringar i programutbud i riktning mot mer nyheter och samhällsjournalistik”.²⁰

För Sveriges Radio är det väsentligt att bidra till att den stora och breda publiken får ökade kunskaper om samhället. Jesper Strömbäck pekar också på att forskning i Sverige och andra länder visar att public service spelar en viktig roll för att öka kunskapen om samhällsfrågor:

”Människor som bor i länder med stark public service är mer kunniga om politik och samhälle än människor som bor i länder med mer kommersialisrade mediesystem”.²¹

3.2 Förtroende

För ett medieföretag är det väsentligt att allmänheten litar på det som rapporteras. Grunden för Sveriges Radios journalistik är att den är oberoende och opartisk.

Sveriges Radio har under många år tillsammans med SVT varit det medieföretag som haft högst förtroende från allmänheten, och så var det också under 2017 även om siffrorna i MedieAkademins Förtroendebarometer sjönk jämfört med tidigare.²² Det är den undersökningen som tidigare använts i public service-redovisningen och som bygger på en webbenkät till 1 200 personer insamlad under en tvåveckors-period på våren.

Nackdelen med en kort insamlingsperiod är att enskilda händelser kan få stort genomslag, men en längre insamlingsperiod och fler deltagare minskar risken för den typen av avvikelse. Från och med årets redovisning kommer Sveriges Radio därför att övergå till förtroendesiffror som bygger på de nationella SOM-undersökningarna som genomförs av Göteborgs universitet. Där är insamlingstiden längre och antalet svarande högre och därmed minskar också risken för tillfälliga fluktuationer.²³ Tabellen nedan visar resultaten som redovisades 2017 i boken Larmar och gör sig till.

¹⁹ Andersson, Ohlsson, Oscarsson, Oskarson (red): Larmar och gör sig till, SOM-institutet, 2017.

²⁰ https://www.riksdagen.se/sv/webb-tv/video/oppens-utfragning/oppens-utfragning-om-framtidens-public-service_H4C220170323ou1.

²¹ https://www.riksdagen.se/sv/webb-tv/video/oppens-utfragning/oppens-utfragning-om-framtidens-public-service_H4C220170323ou1.

²² https://www.kantarsifo.se/sites/default/files/reports/documents/fortroendebarometern_2017_kantarsifo.pdf, s. 15.

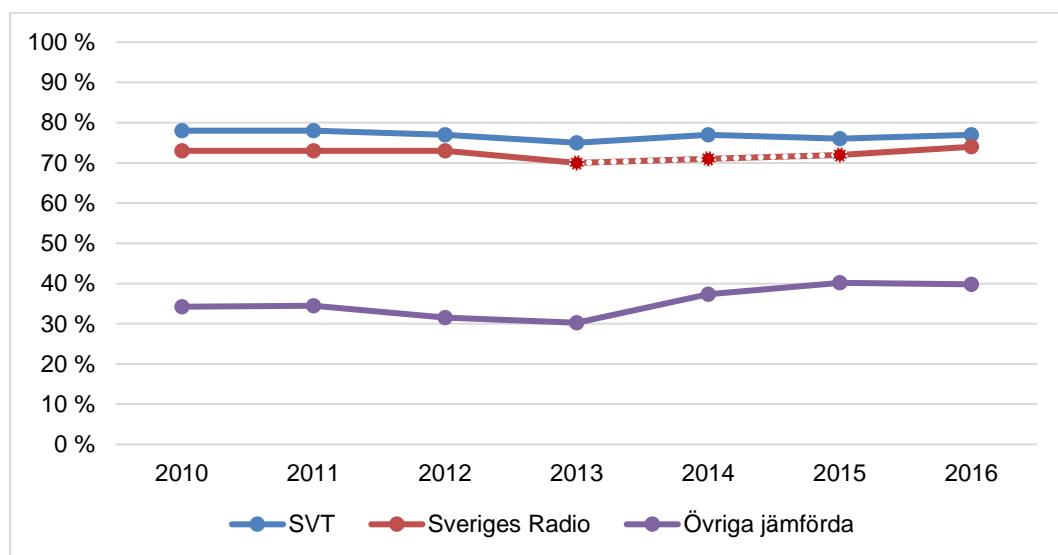
²³ Larmar och gör sig till, SOM-institutet, 2017, s. 99.

Tabell 2. Förtroendet för innehållet i svenska nyhetsmedier

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sveriges Radio		72 %	74 %			

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

Diagram 1. Förtroendet för Sveriges Radio jämfört med SVT samt genomsnittsvärdet för ett antal andra nyhetsföretag²⁴, 2010–2016²⁵



Källa: Data från Larmar och gör sig till, SOM-institutet, 2017.

Diagrammet visar att förtroendet för public service ligger i topp. 74 procent av de tillfrågade svarade att de hade ganska stort eller mycket stort förtroende för innehållet i Sveriges Radio.²⁶ Sveriges Radios siffror ligger stabilt över tid trots den polarisering som ägt rum. Vid mätningarna 2010–2012 låg motsvarande siffror för Sveriges Radio på 73 procent.

SOM-undersökningen bygger på svar från personer boende i Sverige i åldrarna 16–85 år.²⁷ Medieforskarna Lennart Weibull och Ulrika Andersson konstaterar att

”med sina höga förtroendenvärden utgör SR och SVT en egen dimension, eller gruppering, i det allmänna medieförtroendet”.²⁸

²⁴ I gruppen ”Övriga jämförda” ingår de svenska nyhetsmedier som finns med i analysen i SOM-institutets rapport: den lokala morgontidningen (från år 2014), TV4, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet (från år 2014), Aftonbladet och Expressen.

²⁵ Jämförbara data saknas för Sveriges Radio för år 2014. Därför visas en streckad trendlinje mellan åren 2013 och 2015.

²⁶ Larmar och gör sig till, SOM-institutet, 2017, s. 100.

²⁷ Larmar och gör sig till, SOM-institutet, 2017, s. 9.

²⁸ Larmar och gör sig till, SOM-institutet, 2017, s. 99.

För Sveriges Radio är kvalitetssäkring väsentligt för att bevara allmänhetens höga förtroende. Det innebär 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 upphandlingar, god redovisningssed samt interna rutiner för representation och resor.

3.3 Värde för individen

Tabellen visar hur stor andel som uppger att Sveriges Radio har *mycket eller ganska stort värde för mig personligen*.²⁹ Siffran för personligt värde är i princip i nivå med den dagliga linjära lyssningen på SR.

Tabell 3. Sveriges Radios värde för individen

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

Attitydundersökningen för 2017 visar att 61 procent av allmänheten i åldrarna 16–79 år anser att Sveriges Radio har ett mycket eller ganska stort värde för dem personligen. Det finns flera förklaringar till att värdet för individen visar en sjunkande tendens. I en värld där utbudet aldrig har varit större och konkurrensen oavbrutet ökar, innebär det att fler aktörer släss om publikens uppmärksamhet. Med fler alternativ på en global och digitaliserad mediemarknad är det naturligt att värdet som den tillfrågade upplever personligen i relation till varje enskild aktör sjunker över tid, det finns så mycket mer att välja på jämfört med tidigare. När lyssnandet sjunker är det också logiskt att andelen personer som uppfattar att det personliga värdet av Sveriges Radio är stort eller mycket stort påverkas negativt.

En annan aspekt är den konsumtion av Sveriges Radios utbud som sker via on demand-lyssning. Där är utmaningen att säkerställa att publiken verkligen har kunskap om att det som man lyssnar på kommer från Sveriges Radio. SR producerar i dag flera av landets mest populära poddar. Överlägset störst är *P3 Dokumentär*. Under vecka 50 år 2017 var fyra av Sveriges fem största poddar producerade av Sveriges Radio.³⁰ Under 2018 intensifierar Sveriges Radio varumärkesarbetet med att ännu tydligare än tidigare visa att materialet som tillgängliggörs på olika digitala platfformar är producerat av SR och därmed omgärdat av kraven på oberoende och opartiskhet.

Eniktig faktor för det personliga värdet är närheten till journalistiken. Den lokala journalistiken i Sveriges Radio hörs i huvudsak i P4 som är Sveriges i särklass största radiokanal. P4:s funktion att sprida särskilt viktiga nyheter om det lokala samhället är väldokumenterad.³¹ De 25 P4-kanalerna utspridda över hela landet erbjuder kvalificerad lokal journalistik varje dag året runt. Varje lokal kanal sänder minst 50 timmar direkt varje vecka.

De senaste åren har de lokala P4-kanalerna på ett genomgripande plan förändrat arbetssätt och inriktning där målet är att dels integrera nyheter när de händer i de lokala programblocken, dels jobba mer uttalat med den undersökande journalistiken. På varje lokal P4-kanal finns 2–3 reportrar som arbetar med undersökande och fördjupande journalistik vilket innebär fler egna nyheter och tunga granskningar.

Förändringen har gett avtryck även i det omgivande medielandskapet. Under 2017 citerades Sveriges Radios lokala nyheter drygt 55 000 gånger av andra medier, en ökning med 186 procent sedan 2009.³²

²⁹ Novus Group, Attitydundersökningen december 2017.

³⁰ <https://www.poddindex.se/>.

³¹ Se bland annat Nygren G., *Medieekologi – ett helhetsperspektiv på medieutveckling*, publicerad i forskningsantologin *Människorna, medierna & marknaden* 2016.

³² Retriever december 2017.

Sveriges Radio arbetar sedan 2012 också med en årlig lyssning där speciella lyssningsteam i detalj går igenom hur väl P4-kanalerna uppfyller P4:s övergripande mål. Lyssningen äger rum på hösten varje år sedan 2012. Ett antal medarbetare inom Sveriges Radio lyssnar igenom allt som sänds i samtliga P4-kanaler under en veckas tid och går igenom hur väl kanalerna svarar upp mot de mål som finns för varje kanal vilka bland annat handlar om lokal närväro, snabbhet och medskapande. Varje kanal får egen återkoppling på lednings- och medarbetarnivå, och utarbetar strategier för att åtgärda de eventuella brister som upptäcks. Även i P1, P2 och P3 bedrivs regelbundet lyssningsprojekt med syfte att stärka kvaliteten.

Ger Sveriges Radio valuta för pengarna

Sveriges Radios utbud ska vara brett och djupt för att tillgodose allmänhetens skiftande krav och behov. För SR innebär det nya medielandskapet andra krav på tillgänglighet och innehåll. För att publiken ska känna att Sveriges Radio ger värde för pengarna är det, som konstaterats tidigare, viktigt att publiken har kunskap om att det den konsumeras kommer från SR. Under 2017 har en omfattande genomlysning av Sveriges Radios varumärkesstrategi ägt rum och flera förändringar kommer att ske under 2018 inom ramen för det arbetet.

Tabellen visar hur stor andel som tycker att *Sveriges Radio är värt pengarna* (SR:s andel av radio- och tv-avgiften).³³

Tabell 4. Sveriges Radio är värt pengarna

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

Ungefär 2 av 3 anser att Sveriges Radio är värt pengarna. Även om kurvan är negativ är det relativt små förändringar som ägt rum de senaste åren. När konkurrensen ökar och lyssningen sjunker något är det logiskt att det är färre som upplever att Sveriges Radio är värt pengarna. Det bör noteras att respondenter är både lyssnare och icke-lyssnare.

För att en så stor del av publiken som möjligt ska känna att Sveriges Radio är värt pengarna, är det nödvändigt att finnas där publiken finns och tillgängliggöra utbudet på det sätt som passar var och en. Sveriges Radio arbetar sedan många år aktivt med att utveckla och tillgängliggöra sitt utbud digitalt samtidigt som många lyssnare fortfarande väljer att ta del av utbudet via traditionella sändningar över FM-nätet. Denna förflyttning sker och har skett inom ramen för befintlig budget och med bibehållna utbudskrav i sändningstillståndet. Det har inneburit en ständigt pågående effektivisering och rationalisering för att frigöra resurser. Den digitala förflyttningen innebär att Sveriges Radio tvingas till prioriteringar på ett annat sätt än tidigare.

Bland annat har Sveriges Radio i dag en ledande roll när det gäller att ta fram poddar som når en stor publik. *P3 Dokumentär* är ett utmärkt exempel på hur komplicerade historiska och samtida nyhets-skeenden förklaras, fördjupas och förpackas på ett sätt som är attraktivt för en bred publik.

Den digitala förflyttningen är inget som ger ett snabba avtryck i en enskild mätning, men det är en förflyttning som är nödvändig på sikt.

³³ Novus Group, Attitydundersökningen december 2017.

3.4 Sveriges Radios bidrag till samhället

Medier är avgörande för en välfungerande demokrati. Den pågående syresättning av demokratin, som ett pluralistiskt mediesystem med fria medier innebär, är omvitnad. I det svenska medielandskapet spelar Sveriges Radio en väsentlig roll som det ledande ljudmediet och är det medieföretag som tillsammans med SVT har högst förtroende hos den svenska allmänheten. Vi står inför ett valår, 2018, vilket innebär stora krav på landets medier, inte minst i en tid när den politiska polariseringen ökat.

Sveriges Radio bidrar till demokratin

Undersökningar visar ett tydligt samband mellan ett starkt public service och en hälsosam demokrati.³⁴ Sveriges Radio är också med i ett samarbetsprojekt som ska förhindra spridning av falska nyheter inför valet. Flera ledande svenska mediebolag för långt framskrivna diskussioner om att utveckla en digital plattform som ska förebygga att falska nyheter och medveten desinformation får stor spridning och spelar en avgörande roll i valet 2018. Det handlar om en plattform för att lyfta fram faktagranskningar som görs av olika redaktioner under valåret. Det kan både handla om påståenden i den politiska debatten och om uppgifter som får stor spridning viralt. Liknande satsningar har gjorts i en rad europeiska länder under supervalåret 2017 med gott resultat. En förstudie till projektet har gjorts av SVT Nyheter, Sveriges Radio Ekot, Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter.

Journalistikens roll som granskare av makten är fundamental. Sveriges Radio lägger varje år ner stora resurser på undersökande journalistik på lokal och nationell nivå. Granskningarna får ofta stort genomslag.

Under 2017 har Sveriges Radios *Kaliber* bland annat avslöjat missförhållanden inom transplantationsverksamheten på Norrlands universitetssjukhus. Granskningen kunde visa att sjukhuset inte följe nationella riktlinjer på området och inte informerade patienterna om vilka risker det innebar att genomföra transplantationerna. *Kaliber* granskade den regimtrogna eritreanska kyrkan i Sverige. Kyrkan pekas av flera källor ut som regimens förlängda arm samtidigt som den bedriver flyktingverksamhet för skattepengar. I ett annat reportage satte *Kaliber* fokus på vård i livets slutskede. För 20 år sedan beslutade riks-dagen att denna vård ska vara av hög kvalitet och att ingen ska behöva dö ensam. *Kaliber* kunde visa att det i dag är lika många som dör ensamma på svenska vårdenheter som för fem år sedan.

I en granskning som vann Prix Europa kunde *Ekot* visa hur den högsta ledningen i Vitryssland varit involverad i smuggling av oljeprodukter och hur produkterna som smugglats ut ur landet sedan köptes av det svenskägda bolaget Gunvor Group. *Ekot* kunde också berätta nya detaljer om den misstänkte terroristen Rakhmat Akilov och bland annat visa hur han via kontakter i sociala medier kunde kopplas till stridande islamistiska grupper och den internationellt efterlyste jihadistledaren Abu Saloh.

Sveriges Radios satsning på lokal undersökande journalistik, som inneburit omfattande omprioriteringar och utbildningsinsatser, har lett till väsentligt fler avslöjanden. P4 Stockholm har i samarbete med SR Ekot visat att rikspolischefen Dan Eliasson fattat ett beslut som enligt experter och den militära underhållsetjänsten MUST bryter mot säkerhetsförordningen då polisen valt att inte använda försvarets krypteringsverktyg. P4 Västernorrland avslöjade att hemtjänsten i Västernorrland såg till att anställda med utländsk bakgrund inte fick gå hem till vissa vårdtagare. P4 Skaraborg granskade det hedersrelaterade våldet och kunde visa att 44 personer i Skaraborg fått hjälp efter att de utsatts för hedersrelaterat våld under 2016.

Sveriges Radio bidrar också till demokratin genom att öppna arenor för debatt och dialog. Människor hörs vid cirka 200 000 tillfällen i de lokala kanalerna under ett år. Lokala kanaler ordnar öppna möten. Lokala ämnesval och perspektiv lyfts fram för den nationella publiken genom SR:s rikskanaler.

³⁴ EBU Media Intelligence rapport PSM correlations between public service media and societal well-being.

Så utvecklas samarbeten

Sveriges Radio arbetar aktivt med att hitta samarbeten med andra medieaktörer. Under våren 2017 träffades en överenskommelse med mediekoncernen Mittmedia om hur krednning av varandas nyheter bör se ut.³⁵ En liknande överenskommelse träffades med Gota Media den 1 november 2017³⁶, överenskommelser har också träffats med NWT-koncernen³⁷ och Sörmlands Media³⁸ under december 2017.

Överenskommelserna handlar om hur citeringar av varandas nyheter bör gå till. Sveriges Radio länkar tillbaka till artiklar bakom betalväggar, vilket blir ett sätt att driva trafik till mediehus som i allt högre grad blivit beroende av läsarintäkter. Utgångspunkten är att vara generös och tydligt ange och länka till ursprungskällan.

SR delar redan nu allt publicerat innehåll fritt för alla, även till kommersiella tidningar. Alla kan fritt använda Sveriges Radios inbäddningsbara spelare på sina sajter.

På flera håll i landet äger gemensamma projekt mellan lokala medieaktörer och Sveriges Radio rum. *Fria ordets dag* i Växjö är ett samarbete mellan SR, SVT, Smålandsposten och Växjö kommun som genomförts 2016 och 2017 där kommunens sjätteklassare under en heldag undervisats i demokrati, yttrandefrihet och kållkritik.

I Kristianstad arrangerade P4 Kristianstad och Kristianstadsbladet en gemensam konferens under 2017 – Minigräv. Där delade journalister från olika lokala tidningar och två P4-kanaler erfarenheter och kunskap om hur granskande journalistik kan bedrivas på lokal nivå. I Göteborg höll P4 Göteborg under hösten 2017 en radioskola under tio vardagseftermiddagar riktad till intresserade elever på Sjumilaskolan i Biskopsgården där intervju teknik, berättande och kållkritik lärdes ut.

Samarbeten med kultursektorn

Sveriges Radios samarbete med den stora och mångfasetterade kultursektorn i Sverige är omfattande. Under 2017 resulterade samarbetet med kulturinstitutioner i hela landet i 3 014 utsändningar eller sammanlagt 3 654 timmar radio. 2017 beställdes P2 och Berwaldhallen totalt 13 verk av svenska tonsättare. Sveriges Radio är landets ekonomiskt största beställare av nyskrivna verk. Under 2017 har Sveriges Radio för elfte året i rad genomfört en stor seminarieturné där medarbetare från det stora utrikeskorrespondentnätet mött publiken runt om i landet i ett samarrangemang med Riksteatern. Turnén har oftast dragit fulla hus.

En stor del av Sveriges Radios anslag går till att skapa ett värde för samhället. Av de anslag SR förfogar över går åtskilligt vidare till andra aktörer och branscher på marknaden i form av ersättning till kulturtövare och andra medverkande.

Sveriges Radios bidrag till den svenska musikbranschen är omfattande. Det sker dels genom betalning för musikrättigheter, under 2017 betalade Sveriges Radio 145 miljoner kronor för musikrättigheter, dels genom det faktum att så många olika svenska artister och låtskrivare spelar i Sveriges Radio, artister som därmed når en bred publik via en plattform med hög trovärdighet och stor räckvidd. Bland annat genom anlitandet av musiker, krönikörer, frilansjournalister, sångare och produktionsbolag bidrar Sveriges Radio till den svenska kulturindustrin.

Under 2017 betalade Sveriges Radio sammanlagt ut 457 miljoner kronor till olika former av utomståendes medverkan, varav musikrättigheter 145 mnkr.

³⁵ <https://www.journalisten.se/nyheter/mittmedia-och-sr-overens-om-kreddning>.

³⁶ <https://www.medievarlden.se/2017/11/sr-och-gota-media-far-gemensam-kreddpolicy/>.

³⁷ <https://www.medievarlden.se/2017/12/nwt-och-sr-eniga-om-kreddning/>.

³⁸ <https://www.medievarlden.se/2017/12/sormlands-media-och-sr-har-gjort-upp-om-kreddning/>.

Samarbete minoritetsspråk

I ett samarbete mellan Sisuradio och Södra teatern i Stockholm sändes jubileumskonserten *#mittfinland live* – en musikalisk kärleksförklaring till Finland 100 år.

Samarbete teknik och it

Sveriges Radio samarbetar med högskolor och universitet inom teknik, it och data. Samarbetet avser främst utvecklingsaktiviteter inom områdena ljud och hörbarhet men även inom andra områden såsom tal till textanalys. SR erbjuder sedan flera år möjligheter till examensarbeten för högskolestudenter. Under 2017 gjorde tre studenter sina examensarbeten på SR:s utvecklingsavdelning.

Sveriges Radio samarbetar också med teknikföretag, se avsnitt 4.2.2, samt andra medieaktörer kring tekniska lösningar som API och IRIS, se nedan.

Så stimuleras marknaden

Genom ett så kallat öppet API (Application Programming Interface) erbjuder Sveriges Radio sedan 2010 allmänhet och andra mediehus möjligheten att kostnadsfritt använda data i andra system än Sveriges Radios egna. Det kan handla om regelrätta sändningar, nyheter, trafikmeddelanden, låtlistor och sport för att ta några exempel. Det öppna API:et ger också information om kanaler och program. Ett öppet API gör det enklare för den som vill använda Sveriges Radios utbud i exempelvis en egenutvecklad mobil-app eller någon annan digital tjänst. Genom ett öppet API stimulerar Sveriges Radio marknaden och underlättar för andra aktörer. Kommersiella aktörer kan själva välja att använda vad de vill av Sveriges Radios publicerade ljud och lägga i spelaren: en hel kanal, ett helt program eller enbart ett inslag.

Ett annat sätt att underlätta för marknaden är projektet IRIS som Sveriges Radio lanserade i maj 2017 vid en stor konferens i Radiohuset. IRIS är ett projekt där Sveriges Radio delar med sig av egenutvecklad programvara för att underlätta för andra aktörer att utveckla moderna lösningar och produkter för radioproduktion baserade på att ljud transporteras i ip-nätverk. Den programvara som Sveriges Radio tillgängliggör kan bland annat användas för att bygga plattformar som möjliggör nya mobila arbetsätt.

Sveriges Radio bidrar till utvecklingen inom ljudbranschen

Sverige är i dag ett av världens ledande ljudländer. Det är här flera av världens mest inflytelserika ljudföretag har fötts, som exempelvis Spotify och Soundcloud. Den svenska poddplattformen Acast har växt rekordsnabbt och siktar på att börsnoteras.³⁹ Sveriges Radio är med och driver på utvecklingen inom ljudbranschen, både genom att själv ta initiativ och genom att samarbeta med andra företag om innehåll, format, arbetsmetoder och teknik. Under 2018 kommer Sveriges Radio lansera ett nytt projekt där start-ups inom ljudbranschen bjuds in för att under tre månader vidareutveckla sina tankar och idéer. Idén till projektet kommer ursprungligen från det belgiska public service-bolaget VRT.

Sveriges Radio har också arrangerat workshops med företag som Spotify för att exempelvis utforska hur SR:s innehåll skulle kunna kombineras med deras innehåll.

Möjligheten att lyssna på annat än radio i bilen blir allt större när bilarna utrustas med internetuppkoppling. Därför är det viktigt att Sveriges Radio, tillsammans med bilföretag, följer med i utvecklingen kring de uppkopplade bilarna.

Under 2017 har Innovationsteamet tillsammans med utvecklingsteam från Volvo arbetat med att bygga en inbyggd Native-app⁴⁰ för Volvobilar. Appen erbjuder ett helt nytt sätt att ta del av Sveriges Radios material, där lyssnaren erbjuds delar av radioprogram. Ett exempel: när bilen startar möts man av den senaste trafikinformationen. Man kan sen enkelt hoppa vidare till den senaste sändningen från *Ekot*. Varje

³⁹ <https://digital.di.se/artikel/poddplattformen-acast-siktar-mot-stockholmsbörsen>.

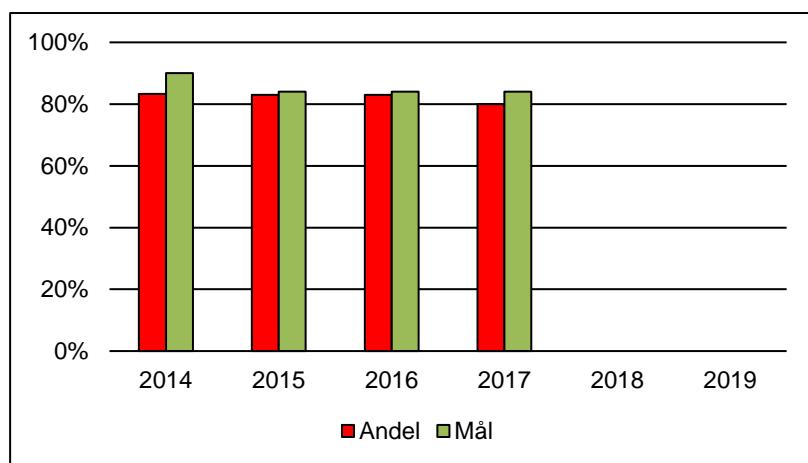
⁴⁰ App som är skriven direkt för den smarta mobilens operativsystem och som drar fördel av telefonens inbyggda funktioner som sensorer och kamera.

beståndsdel har man valt själv, inklusive i vilken ordning och vilket antal. När alla delar är genomlyssnade startar en förvald livekanal. Detta sätt att paketera radio, som en blandning av delar och helhet, har inte tidigare gjorts i bilar och responsen från bilförarna har varit mycket god.

3.5 Publikmål

Sveriges Radio gör radio i allmänhetens tjänst. För att uppnå målen i anslagsvillkoren om att förbättra möjligheterna för allmänheten att tillgodogöra sig kärnverksamheten måste publiken nås via både linjär lyssning och on demand-lyssning.⁴¹ För Sveriges Radio är det viktigt att nå publiken där den är och att utveckla möjligheterna att konsumera utbudet på många olika plattformar. Inte minst för en yngre generation är ljudkonsumtion något som i allt högre omfattning sker on demand.

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



Under 2017 lyssnade 80 procent av befolkningen 12–79 år på Sveriges Radio en genomsnittlig vecka. Denna räckvidd gäller endast det linjära lyssnandet och inte det som sker on demand.

Målet för 2017 var 84 procent.

Sveriges Radio kommer att följa utvecklingen av det linjära lyssnandet noga. En stor del av de satsningar och det utvecklingsarbete som beskrivs i detta kapitel hänger samman med en ambition att i ännu högre grad kunna erbjuda en mångfasetterad publik ett så brett och attraktivt utbud som möjligt för att däri genom vara relevant för så många som möjligt. I den nya digitala konkurrensen är det ännu viktigare än tidigare att bli vald och att finnas med ett så högkvalitativt innehåll som möjligt på de plattformar där publiken befinner sig.

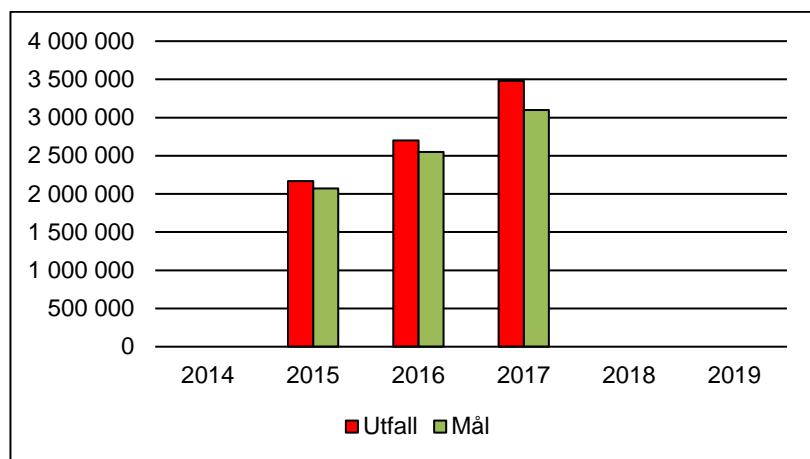
Men det är viktigt att peka på att en orsak bakom det lite svagare utfallet linjärt är en förflyttning till eller för många en komplettering med on demand-lyssning, vilket märks inte minst bland den unga publiken där P3 under året minskade sin linjära publik. Denna utveckling är generell i stora delar av Europa och därmed väntad.

Samtidigt syns över tid en ökad on demand-lyssning, bland annat driven av starka titlar som *Creepy-podden*. Under 2017 genomfördes 4 miljoner starter per vecka (+ 10 procent) via Sveriges Radios egna

⁴¹ Sveriges Radios anslagsvillkor 2017, s. 3.

digitala plattformar och 2,1 miljoner starter per vecka (+ 27 procent) via externa plattformar. Sveriges Radio noterar generellt en allt större lyssning on demand. SR:s bedömning är att den utvecklingen kommer att fortsätta de kommande åren.

Diagram 3. 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 2017.

Bruttoantalet följare och gillare för Facebook, Twitter och Instagram uppskattades vid slutet av 2017 till drygt 3 480 000, vilket är över målet för 2017 på 3 100 000 följare.

Sveriges Radios övergripande publikmål för 2018 är:

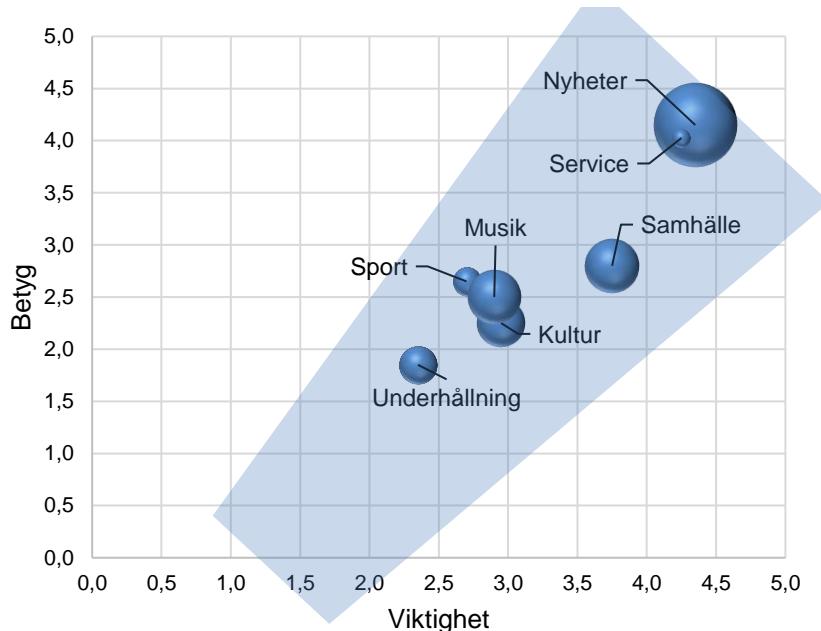
- 81 procent av befolkningen 12–79 år lyssnar på Sveriges Radio en genomsnittlig vecka
- 3,8 miljoner följare och gillare på sociala medier.

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

3.6 Allmänhetens värdering av programkategorier

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

Diagram 4. Programkategoriers viktighet och betyg



Källa: Novus Group, Attitydundersökningen december 2017 samt Sveriges Radios fördelning av kostnader på programkategorier (se tabell 43).

Det finns en stor samstämmighet mellan hur viktiga allmänheten anser att Sveriges Radios olika programkategorier i utbudet är och vilket betyg allmänheten ger dessa områden. Genomgående får de områden som av allmänheten anses som viktiga även höga betyg. Nyheter och Service ligger i topp avseende såväl viktighet som betyg.

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

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

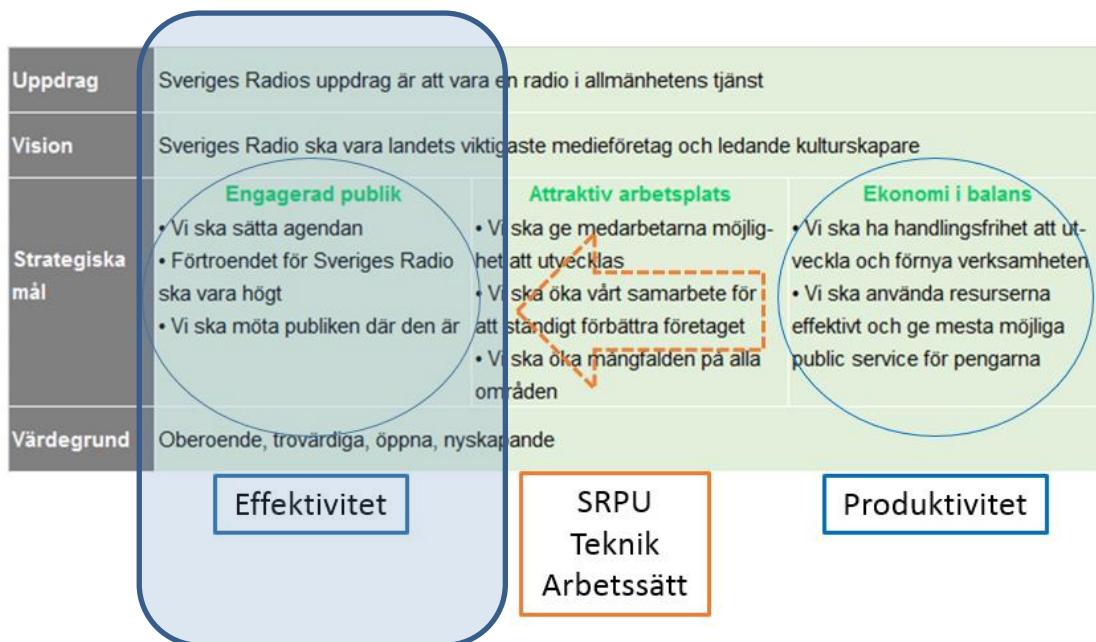
Musikkostnaderna avser framför allt de musikrättighetskostnader Sveriges Radio erlägger i upphovsrätt till organisationer som representerar musiker och skivbolag. Även kostnaderna för verksamheten i Berwaldhallen med Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören ingår i Musik. Sport och Underhållning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

3.7 Effekten av ökad produktivitet

Sveriges Radios produktivitetsförbättringar syftar till att frigöra resurser, dels till kvalitetshöjningar och ökad relevans i utbudet, dels till att nå publiken bättre. Därför bedrivs ett kontinuerligt utvecklingsarbete i hela företaget.

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

Diagram 5. Sambandet mellan effektivitet och produktivitet



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

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

Sveriges Radio anser det varken möjligt eller meningsfullt att försöka sätta siffror på det mervärde som skapats eftersom detta till största delen handlar om kontinuerlig kvalitativ utveckling av innehållet samt nya tekniska lösningar för tillgängliggörande.

Här följer några av de satsningar som under tillståndsperioden kunnat genomföras tack vare produktivitetsförbättringar och effektiviseringar, och som bidragit till ökat mervärde för publiken. Satsningarna beskrivs mer utförligt på andra ställen i denna redovisning. Produktivitetsarbetet 2017 redovisas i avsnitt 9.3.

Utveckling av utbudet:

- Sveriges Radio har i dag 23 utrikeskorrespondenter, inklusive en traineetjänst, jämfört med 17 stycken år 2013.
- De lokala P4-kanalerna har genom omprioriteringar och effektivare utnyttjande av sina resurser kunnat genomföra fler granskningar och mer undersökande journalistik. Kanalerna har haft betydligt fler utesändningar vilket gett direkta möten med publiken. Relationen till publiken har också utvecklats genom fler pushnotiser och förbättrat arbete med sociala medier.
- Sveriges Radio Drama förnyar successivt radiodrama för att vara relevant konstnärligt och publikt. Genom att erbjuda radiodrama i fler kanaler och plattformar och utveckla tilltal och perspektiv riktat till nya grupper, kan fler lyssnare nås.
- För Sveriges Radio är det väsentligt att lyfta, skilda och granska kulturlivet i hela Sverige, med särskilt fokus utanför de stora städerna. Under 2017 har arbetet med att utveckla granskande och skildrande journalistik om kultur lokalt och regionalt intensifierats. Aktiviteter har genomförts för att stärka kompetensen i Sveriges Radio kring kulturfrågor.
- Ekots Liveteam, som tack vare frigjorda resurser kunde inrättas 2016, har gett publiken många extra-sändningar, främst på webben men även i FM. Ekoredaktionen har också utvecklat helt nya format, som *Ekot på en minut* i sociala medier.
- Många nya poddar har gett en större bredd i utbudet för olika intressen, allt från *Radio Sweden på lätt svenska* till *P3 Serie* för tonåringar. Delar av poddutbudet sänds även i FM.
- P4 Plus – en digital testkanal med musik från tidigare decennier som inte ofta spelas i radio längre, blev ett uppskattat tillskott för den äldre publiken.
- Förstärkning i form av kvällsbevakning på lokala P4-kanaler införs 2018.

Hela utbudet har också blivit tillgängligt på ett helt nytt sätt genom möjligheten att lyssna på radio i olika apparater via internet, inte minst ökar lyssning i mobiltelefonen.

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

Under 2017 har Sveriges Radios teknikorganisation strukturerats om, med syfte att öka närvheten mellan teknik, teknik- och metodutveckling och redaktionellt arbete. Detta ska ytterligare stärka förmågan att möta digitaliseringen och publikens ändrade lyssningsmönster.

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

4 Kvalitet och utveckling

4.1 Säkerställa uppdrag och kvalitet

4.1.1 Styrning och 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. Regeringen utfärdar därefter årligen anslagsvillkor med beslut om medelstilldelning samt andra förutsättningar av 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: Vd-enheten med ekonomi och strategi, Programenheten, Teknikenheten, Kommunikationsenheten och Personalenheten.

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

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

Det utbudsstrategiska arbetet

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

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

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

- Den publicistiska grunden – sätta agendan, skapa sammanhang och vara 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 arbetssätt 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 samt frekventa kontakter och avstämningar mellan beställare och mottagande redaktion eller externt bolag.

Målet med beställningsprocessen är att utifrån utbudsstrategin lägga relevanta beställningar. Utbudsgruppen har ett publik fokus och perspektiv, ansvarar för analyser av utbudet, hämtar in idéer samt diskuterar uppdrag internt och med externa bolag. Mottagaren av en beställning ska därefter i ett programkontrakt beskriva hur man avser utföra uppdraget och sätta mål.

Planerna konsolideras till Sveriges Radios verksamhetsplan där det framgår 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. Rapporterna innehåller en beskrivning av läget för verksamhet, ekonomi och personal. Per april, augusti och december innehåller rapporterna även uppföljning av strategiska mål, publik, sändningstid samt upphandlings- och investeringsverksamhet. Varje tertial utvärderas verksamheten vid dialogsamtal mellan enhetschefer, ekonomichef och vd. Tertiälgenomgångar 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 kostnadsscenerier. Modellen är ett viktigt hjälpmedel för att säkerställa att företagets planer kan genomföras med tillgängliga medel och med en ekonomi i fortsatt balans.

Beställningarna mäts och följs upp på olika sätt i dialog mellan beställare och redaktioner:

- löpande i CATI- och PPM-mätningar
- med interna publikmål för varje kanal, både i FM och digitalt, som beställarna gör varje år
- kanalerna följs även upp med kvalitativa publika mål i Novus attitydundersökning. Resultatet presenteras i ett positioneringsdiagram där utfallet av undersökningen sätts samman med graden av upplevd ”viktighet”. Eftersom denna attitydundersökning har funnits sen år 2009 ger utfallet beställarna en god kunskap över tid om hur publiken uppfattar att kanalen har utvecklats. Dessa insikter finns sedan med i de framtida beställningarna.

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 2017, p. 12)

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

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

Den gemensamma resursen Produktionsteknik har under 2017 fördelats till de geografiska områdena och genreområdena samt Sisuradio, vilket gör att hela det samlade ansvaret för produktionen nu är tydligt decentraliserat.

Sveriges Radios företagsledning 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 programproduktion består av cirka tjugo redaktionella medarbetare. Kanalen sänder lokala program med länet som utgångspunkt kl. 06.00–13.00 och 15.00–17.35 vardagar. Lördagar och söndagar sänds lokala nyheter på halvslag från kl. 08.30 till 13.33. Några kanaler har under 2017 haft försök med bevakning även på helger och samtliga kvällar genom samarbeten inom de geografiska områdena. 2018 kommer kvällsbevakning fram till kl. 23.00 införas på alla P4-kanaler. Resurser har skjutits till för att klara detta.

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 55,2 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 50 orter över hela Sverige. I Bilaga 5 redovisas antal anställda per ort.

Denna organisation med tilldelade resurser uppfyller väl uppdraget att spegla respektive områdes särprägel och egenart. Den lokala närvaren 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 kanaleras sedan vidare ut till en rikspublik i Sveriges Radios riksprogram i P1, P3 och 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. Publikens ska få ny kunskap och nya upplevelser. Tankarna ska utmanas och resultera i att människor kan ta ställning i olika frågor. Sveriges Radio driver dock inte opinion, har inte något opinionsprogram eller sajt.

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

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

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

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

Mediebevaknings- och analysföretaget Retriever följer varje år hur andra medier citerar Sveriges Radios nyhets-, kultur- och samhällsredaktioner. 2017 citerades lokala kanaler 55 287 gånger, Ekot 28 303 gånger och Kulturnytt 5 343 gånger. Se mer om genomslaget i tabell 38 i kapitel 8.

Undersökande journalistik

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

Undersökande journalistik är tidskrävande och behöver utföras av reportrar med särskild kunskap. 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 finns över hela landet och ute i världen är en stor tillgång då undersökande journalistik många gånger bygger på samarbete mellan redaktioner.

De lokala P4-kanalerna har fått ett utökat krav att bedriva undersökande journalistik inom sina geografiska områden och dessutom att genom samarbeten åstadkomma spegling och granskning även ur ett riksperspektiv. En SR-eigen utbildning har tagits fram där totalt 25 reportrar från framför allt lokala kanaler har utbildats i grävande journalistik. De lokala kanalerna har numera reportrar med särskilt uppdrag att arbeta med granskning. I ett nätverk knyts de lokala grävreportrarna samman med varandra, Ekoredaktionen och *Kaliber*.

4.1.4 Kvalitetsarbete intern och extern programproduktion

Interna produktioner

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

Under 2017 har ett fokus för utvecklingen av utbudet varit att etablera metoden ”snabba programutvecklingslabb”. Att snabbt testa nya format, lära sig, göra om igen och igen leder oftast till kreativa och effektiva processer. I stället för att fastna i en diskussion om huruvida en idé är bra eller dålig testar radiomakarna enkelt sin idé. Detta har lett till att Sveriges Radio under 2017 har beställt rekordmånga testmodeller internt och externt.

Utbudsutvecklingens publika fokus för 2017 har varit att hitta nya format för den publikgrupp som lämnat P3 men som ännu inte känner sig hemma i P4. I den segmenteringsanalys Sveriges Radio har gjort tidigare, kallades gruppen ”kränsna lyssnare”, och de ligger ofta i spannet 35–49 år. Två nya program, som börjar sändas 2018, har tagits fram för denna grupp:

- Tillsammans med programledaren Annika Lantz har ett nytt kortprogram i P1 utvecklats. Målet har varit att hitta en levande och elegant blandning av Annikas egensinniga blick på samtiden och hennes personliga ton. Under fyra labbdagar har tester gjorts med olika bisittare och format. Både innehåll och produktionsmetoder har setts över.
- Externa radioproducenter och examenselever på radioproducentutbildningen vid Stockholms konstnärliga högskola fick lämna förslag och gemensamt arbeta i en workshop. Tre förslag gick vidare, och det vinnande förslaget blev *Hungriga hjärtan* i P1 som produceras av Filt AB. Premiären i P1 är planerad till Alla hjärtans dag 2018.

Ytterligare exempel på programutveckling under 2017:

- De klassiska magasinprogrammen i P1 har fått en översyn. När uppdelningen i linjärt och on demand blir tydligare hamnar de mitt emellan och behöver utvecklas. *Vetenskapsradion Historia, Klotet, Konflikt och Människor och tro* har anpassats för att också kunna fungera för publiken on demand.
- *P4 Extra* har satsat på att få programmet mer likt mellan de tre produktionsorterna Stockholm, Göteborg och Malmö. Med hjälp av ett nytt analysverktyg kan Sveriges Radio se hur olika sätt att uttrycka sig får publiken att agera olika.
- Tillsammans med Produktionsbolaget Munck AB har det nya formatet *P3 Historia* utvecklats.
- Arbetet med att integrera FM, digitalt och socialt har fortsatt, exempelvis i samarbetet mellan Sameradion och Digitala insatsstyrkan.

Utvecklingsarbetet för de lokala P4-kanalerna beskrivs i avsnitt 7.9.2.

Externa produktioner

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

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2017, p. 14)

Utbudsbeställare och utbudsutvecklare arbetar med externa produktioner på samma sätt som med interna produktioner. Det handlar om utvärderingar och utveckling av befintliga program, men även om att bearbeta, förfina och förbättra förslag som är på idéstadet.

Utvecklingsarbete har under 2017 gjorts med bland annat barnprogrammet *1000 modiga frågor* (Produktionsbolaget Munck AB) vars format har justerats för att passa in i P4. Finalen för *Svensktoppen nästa* har fått en större översyn när produktionsbolaget A-One Produktion AB har tagit över. Programmet har bytt namn till *P4 nästa*, fokus på P4-kanalen har ökat, scenshowen har blivit mera praktfull och tävlingsmomenten tydligare.

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

All information läggs ut på Sveriges Radios webb, exempelvis om hur och när SR efterlyser program, vilka bolag som har gjort produktioner samt hur man skriver programförslag och levererar program. Arbetet med programinköp är transparent – alla kan se hur processen ser ut, vilka bolag som producerar och vad som efterfrågas.

Sveriges Radios Utbudsgrupp har en ansvarig för inköp av externa produktioner. Detta säkrar att rutiner, kontrakt, leveranser, rättighetshantering med mera sker på liknande sätt oavsett vilken produktion, vilket bolag eller vilken kanal det gäller.

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

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

Processerna beskrivs i *Leveranshandbok – ett programs väg genom Sveriges Radios infrastruktur*. Handboken som ligger på webben, uppdateras löpande med förbättringar och förändringar.

Medieportalen för leveranser av program har utvecklats i dialog med bolagen. Tjänster som leveranskvittens och leveranshistorik samt förenkling av leveransen av metadata har införts.

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

Sveriges Radio har under 2017 arrangerat utbildnings- och informationsdagar för bolagen:

- en dags föreläsningar och diskussioner med cirka 40 deltagare om bland annat utvärderingar av FM-kanalerna för 2016, dokumentärt berättande samt digitala utvecklingsområden
- ett lunchmöte under sensommaren med de större bolagens ägare och SR:s ledning för att dela erfarenheter och ytterligare förbättra relationerna samt gå igenom Sveriges Radios strategi
- fyra digitala kurstillfällen för att ge medarbetare på externa bolag introduktion och utbildning i den nya leveransportalen.

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.

Alla nyanställda får i introduktionsutbildningen en gemensam grund att stå på och förståelse för uppdraget att verka i allmänhetens tjänst. Nya chefer får en genomgång av beredskapsrutiner, VMA-överenskommelsen och Sveriges Radios roll vid krissituationer i samhället.

Årligen genomförs aktiviteter med bärning på kvalitet och nyskapande i den journalistiska produktionen. Exempel på sådana aktiviteter under 2017:

- utbildningen Vässa den journalistiska kompetensen för programledare i P4 och medarbetare på Radio Sweden
- nyhetsutbildning med fokus på metoder och research på internet och i sociala medier samt granskning av offentlig ekonomi
- utbildningsinsatser för både medarbetare och arbetsledare för att höja kompetensen inför valåret
- konstruktiv journalistik är en del av SRPU och hela programenheten ska utbildas. Under året deltog 20 lokala kanaler, tio riksredaktioner och alla områdesledningar i workshoppar om de konstruktiva perspektiven
- kurser i Dokumentärt berättande där medarbetarna sökt med en egen programidé som de utvecklat med stöd av handledare fram till sändning i P3:s eller P4:s dokumentärprogram.

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 och utbildningar som tagit sikte på det personliga programledarskapet samt utbildningar om att arbeta med ansvarsutkravande intervjuer i direktsändning.

Utbildandet av superanvändare, som stödjer övriga på sin redaktion i arbetet med sociala medier, har fortsett under året och drygt 120 personer deltog. Tolv produktionsutvecklare har utbildats för att arbeta med framtida implementering av produktionssystem och definiera dess arbetsätt. Alla Sveriges Radios produktionstekniker och produktionshandledare har vidareutbildats.

Behovet av rätt kompetens gäller 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 Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF). För att säkra rekryteringsbasen för

framtidens chefstillsättningar genomfördes en chefsaspirantutbildning för 16 medarbetare med arbetsledarfarenhet, vilka fick kompetensutveckling för att senare kunna ta sig an en chefspost. Även ett strategiskt chefsutvecklingsprogram, riktat till fjorton chefer som visat förmåga att driva förändring och som med sin kompetens breddar basen för den strategiska diskussionen och utvecklingen, har genomförts.

Sveriges Radio arbetar aktivt med det systematiska arbetsmiljöarbetet, där medarbetarundersökningen är en del. Utifrån resultatet från undersökningen upprättas handlingsplaner med målsättningen att förbättra arbetsmiljön ytterligare. Sveriges Radio arbetar även tillsammans med företagshälsovården med hälsoprocesser för att få en bättre bild av hur medarbetarna mår. Program kring mindfulness och fokusträningar erbjuds medarbetare, bland annat för att kunna förbättra möjligheterna att hantera stress.

I anslutning till #metoo-kampanjen hösten 2017 gjordes en genomlysning. Riklinjer vid kränkande särbehandling och trakasserier sågs över. Checklistor och en handbok att användas vid utredning och hantering av denna typ av ärenden togs fram. Sveriges Radio har under hösten utarbetat flera utbildningar kring kränkande särbehandling, för att så långt möjligt undvika olämpliga förhållningssätt och beteenden. Några utbildningar genomfördes under hösten, men merparten kommer att genomföras på olika nivåer inom SR under 2018.

Insatser för att stödja införandet av Sveriges Radios värdegrund fortsatte under 2017, dels genom stöd till chefer att hålla värdegrundsdialorer med sina medarbetare, dels genom att tillsammans med ledningsgrupper genomföra workshoppar med medarbetarna.

Utgående från förändringstakten inom Sveriges Radio har en satsning på förändringskunskap och förändringsledning genomförts. Allt mer arbete bedrivs i projektliknande form eller som tillfälliga uppdrag och kurser har gett deltagarna verktyg för att kunna leda ett uppdrag från start via genomförande fram till överlämning och avslut.

Utvecklingen av metoder för distansutbildning har fortsatt för att via datorn ge kortare utbildningar med handledare eller som självstudier. Sveriges Radio har också på bred front infört utbildningsmaterial i form av videoinstruktioner om produktionssystem.

Som en del i kompetensutvecklingsarbetet på redaktionen har Ekot under 2016 och 2017 erbjudit röstvård tillsammans med utbildad röstpedagog/röstcoach. Medarbetaren får professionellt stöd och råd om hur man bäst använder sin röst, vikten av att betona rätt för att innehållet ska bli både begripligt och hörbart och vilka effekter man kan uppnå rent dramaturgiskt. Eftersom rösten är ett av medarbetarnas viktigaste arbetsredskap, är ett skäl till att anlita röstcoachen även att lära sig hur man ska använda sin röst så att den håller över tid.

4.1.6 Språkvård

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 6)

Språket i Sveriges Radio ska enligt språkpolicyn vara begripligt, levande och språkriktig. Under 2017 har även ledordet inkluderande lagts till. Riklinjerna gäller för alla de språk SR sänder på.

Språkvården vid Sveriges Radio bedrivs på flera olika sätt och av många medarbetare. Två språkrådgivare ger råd och rekommendationer i språkfrågor till alla tre public service-bolagen. Hjälpen, som kan gälla uttal, ordval, formuleringar och skrivregler, ges direkt via telefon och e-post och mera långsiktigt vid utbildningar. Språkvården medverkar på SR:s och SVT:s introduktions- och praktikantkurser.

Den interna språk databasen Dixi med cirka 17 500 rekommendationer, varav de flesta med ljudfiler, har central betydelse för språkrådgivningen och uppdateras kontinuerligt. Språkvärdarna ger ut Språkbrevet fyra gånger om året, publicerar språktips och krönikor 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. 2017 tilldelades priset Anders Hildemar Ohlsson, SR P4 Stockholm, Mats Ottosson, *Naturmorgen* i P1 samt Abdelaziz Maaloum, SR Ekot Radio Sweden.

4.1.7 Granskningar av Sveriges Radios program

Enligt sändningstillståndet ska sändningsrätten utövas opartiskt och sakligt. Den enskilda privatliv ska respekteras i programmen om inte ett oavvisligt allmänt intresse kräver annat. Vidare föreskrivs i radio- och tv-lagen att ett program som inte är reklam inte på ett otillbörligt sätt får gynna kommersiella intressen. Ett gynnande kan dock enligt praxis uppvägas av ett informations- eller underhållningsintresse. Sveriges Radio har också ett ansvar för den genomslagskraft mediet har, vilket ska vägas in när det gäller programmens ämnen och utformning samt tiden för sändning.

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

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

Det totala antalet anmälningar 2017 var 518 (jämfört med 507 år 2016). Totalt antal ärenden 2017 var 375 (397 år 2016). Ofta anmäls ett och samma program av flera personer ungefär samtidigt efter till exempel ett uppdrag i sociala medier.

De radioprogram som fick flest anmälningar 2017 var *Morgonpasset* som anmältes 48 gånger för ett inslag om en författare och ett samtal om hennes åsikter (ej avgjort), ett inslag i *Studio Ett* med en hälsobloggare om mässlingsvaccin som anmältes 29 gånger (friat) och Barnradions uppläsning av Roald Dahls *Mitt magiska finger* som anmältes 25 gånger (friat).

Sveriges Radio fick under 2017 yttra sig i 38 ärenden, vilket är exakt lika många som under 2016. Programbolaget fälldes vid sex tillfällen, samma antal fällningar som året innan. Fällningarna 2017 gällde opartiskhet (3), saklighet (1), otillbörligt kommersiellt gynnande (1) och respekt för enskilda privatliv (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 Granskningssämnden 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 2017 ansökte Granskningssämnden om särskild avgift på 25 000 kr i det fall där SR fälldes för otillbörligt kommersiellt gynnade i P5 Stockholm.

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

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

Granskningsnämndens beslut diskuteras också på konferenser, i publicistiska samtal och på möten med medarbetare och chefer. Besluten är en återkommande punkt på Programmenhetens chefsforum. 2017 har seminarierna fokuserat på hur regelverket kan tillämpas på publiceringar i direktsändning i P4 och i sociala medier. 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 nämnden skickas till kanalen eller redaktionen som omedelbart kan ta ställning till ett eventuellt beriktigande.

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

4.1.8 Publicistiska priser

Publikens uppskattning och engagemang är de främsta tecknen på framgångsrik publicistisk verksamhet. Men medarbetarna sporras också av de positiva exemplen på god journalistik som belönas med svenska och internationella priser. De av Sveriges Radios program och medarbetare som belönats under 2017 redovisas i bilaga 4.

4.2 Utvecklingsarbete

4.2.1 Publicistisk utveckling

Sveriges Radios publicistiska utvecklingsarbete har som utgångspunkt de strategiska målen för tillståndsperioden 2014–2019, bland annat sätta agendan, ha högt förtroende från publiken och möta publiken där den är. Utvecklingsarbetet bedrivs i särskilda satsningar som beslutas av 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 uppdragene 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. Hur vi får publiken att välja oss

Konkurrensen om människors tid och uppmärksamhet ökar, och Sveriges Radio måste se till att nå människor där de är. SR behöver arbeta för att göra det lättare att ta del av utbudet. Därför ska Sveriges Radio utveckla innehållet på samtliga tre ben: FM, Sveriges Radios digitala plattformar och sociala medier/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 problemperspektiv. Därför ska SR genomföra ett antal åtgärder som gäller personalpolitik, journalistiska metoder och utbudet i stort för att öka den samlade mångfalden i SR:s arbete, se avsnitt 7.1.

6. Utveckla radioberättandet

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

7. Utveckla Sveriges Radios roll för publikens musikupplevelse

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

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

8. Bättre möta den mobila publikens behov

De smarta mobiltelefonerna är ett nav för en stor del av mediekonsumtionen. Hur väl Sveriges Radio lyckas ta en stark position när det gäller mobilt användande är avgörande för möjligheten att behålla ett högt dagligt användande och ett fortsatt starkt engagemang. Därför ska användandet av Sveriges Radios innehåll på mobila plattformar öka. Genom innovationsarbete utforskas och testas nya sätt att nå publiken effektivare på mobila plattformar, se avsnitt 4.2.2 och 5.2.

9. Plan för kanaler och utbud

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

10. Sända när det händer

Att sända snabbt vid viktiga och intressanta händelser kan vara avgörande för Sveriges Radios förmåga att hävda sig i framtiden. Den ökade konkurrensen gör det viktigt att bevara företagets position. Därför behöver SR ha tekniska och redaktionella förutsättningar att sända snabbt när stora och viktiga saker händer och förmågan att sätta in det som sker i ett sammanhang via kvalificerade frågor och analys, se avsnitt 7.2.1.

11. Nå den unga publiken

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

12. Bättre speglar Stockholm

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

4.2.2 Teknisk utveckling

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

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2017, p. 7)

Sveriges Radios tekniska utvecklingsarbete – ny teknikorganisation

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

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

Digitaliseringen påverkar publikens beteende och Sveriges Radios tekniska struktur och möjligheter. Under 2017 har SR:s organisation för tekniskt utförande och teknisk kompetens strukturerats om för att ytterligare stärka förmågan att möta digitaliseringen.

Den nya organisationen syftar till att:

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

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

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

Kontribution, att medverka i sändning

Utvecklingen av Sveriges Radios unika OB-väcka har fortsatt under 2017, och den är avgörande vid medverkan i Sveriges Radios sändningar. Förutom att förenkla för reportrarna, används utrustningen även vid större och mer komplexa sändningar med flera ljudförbindelser mellan sändningsplatsen, SR:s radiohus och medverkande från andra delar av Sverige eller världen.

Väskan har väckt stort intresse hos andra radiobolag, och många vill kunna använda något liknande. Systemet för kontribution/medverkan kan dock liknas vid ett ekosystem med beroenden mellan olika delar, där väskan bara är en del.

Utifrån det stora intresset och Sveriges Radios vilja att sprida resultatet till, fler arrangerade SR konferensen *Broadcast Revolution*. Vid konferensen presenterades arbetet med lösningar för kontribution och ambitionen att göra delar av programkoden tillgänglig som öppen källkod (Open Source). IRIS Broadcast med bland annat Codec Call Monitor (CCM) publicerades som Open Source i november 2017.

Nästa generations radiohus för lokala kanaler

Det samarbetsavtal som Sveriges Radio hade tecknat med en tillverkare för utveckling av ny utrustning för radioproduktion avslutades i juli 2017. Utvecklingsarbetet gick därmed in en ny fas med fokus på leverans av utrustning till ytterligare en lokal kanal, SR Sjuhärad, första kvartalet 2018.

SR Sjuhärad har genomfört ett arbete kring de redaktionella möjligheter som den nya tekniska plattformen erbjuder, en plattform som är flexibel, användarvänlig och bärbar. Genom att kombinera teknik för kontribution, OB-väska och mobiltelefonapplikation med möjligheter till avancerad fjärrstyrning av teknisk utrustning kan hela sändningar flyttas ut nära publiken och nära där det händer. Den utrustning som behövs liksom behovet av personella resurser är begränsad till ett minimum. Det behövs ingen studio med fasta kontrollbord, i stället räcker en mobiltelefon eller surfplatta för att genomföra en hel sändning.

Projektet har fått stor internationell uppmärksamhet. Det har tilldelats EBU Award for Technology & Innovation, presenterats vid Radiodays Europe, i diverse forum inom EBU samt för flera internationella radiobolag. Tolv europeiska radiobolag har besökt SR Väst i Uddevalla, som var den första stationen.

Arbetet fortsätter nu med installation i Borås, och därefter kommer plattformen att utvärderas. Om detta visar att Sveriges Radio får ut de effekter som utvecklingen syftar till, är målsättningen att införa den nya tekniken på alla lokala kanaler samt även i Radiohuset i Stockholm.

Datahallar

Det har funnits två drivkrafter inför utvecklingen av nästa generations radiohus. Den ena har varit redaktionell med målet att utveckla en mobil plattform.

Den andra drivkraften har varit att reducera driftskostnader genom att samla den tekniska utrustningen på färre orter än i nuläget. Med ny teknik kan infrastrukturen byggas på andra sätt, både lokalt och för Radiohuset i Stockholm. Arbete pågår för att ta fram morgondagens lösning utifrån nya behov, flexibilitet och möjligheten till effektiv support och drift.

Objektbaserat ljud

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

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

Sveriges Radio har under 2017 deltagit i det EU-finansierade utvecklingsprojektet Orpheus för att ta fram metodik, teknik och standarder för att producera och distribuera objektbaserat ljud. Arbetet väntas fortsetta och avslutas under 2018.

Med inspiration från Orpheus har Sveriges Radios Innovationsteam arbetat med tillämpning av tekniken på bland annat nyhetssändningar. Här ska lyssnaren kunna få fördjupning i ett speciellt ämne utifrån en rubrik eller kortare inledning. Introduktion och fördjupning hanteras som två objekt med olika egenskaper och inte som ett nyhetsinslag. Detta ställer krav på att texter skrivs så att objekten kan användas oberoende av varandra.

Tillämpningar av objektbaserat ljud kommer att finnas tillgängliga för publiken under 2018.

Tal till textanalys

För att kunna göra en beskrivning av innehållsbaserade objekt, exempelvis programavsnitt, måste den beskrivande texten skapas på ett effektivt och helst helt automatiserat sätt. En metod är att transkribera det talade ljudet till en textmassa och därefter extrahera nyckelord ur textmassan. Dessa nyckelord läggs till ljudet, och man får ett objekt som för lyssnaren beskriver vad avsnittet innehåller.

Internationellt har man för vissa språk, bland annat engelska, kommit mycket långt. Det som hittills har gjorts inom Sveriges Radio har dock varit av mera utforsande karaktär. Detta beror till stor del på att svenska är ett litet språk och att verktygen för språkanalys ännu inte är så utvecklade. Samarbete finns med nationella och internationella aktörer, och SR avser att fortsätta arbetet under 2018 med förhoppningen att kunna lansera nya tjänster för publiken under de närmaste åren.

4.2.3 Innovationsteam

Sveriges Radio arbetar i olika innovationsteam med att underlätta för publiken att 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 fattas om att utveckla och lansera tjänster, funktioner eller format, men man kan även fatta beslut om att inte gå vidare.

Under våren har fokus legat på att utforska begreppet Atomiserad radio. Med detta menas radio som delas upp i mindre beståndsdelar, exempelvis en debatt, en trafikrapport, en nyhetssändning eller ett inslag i en nyhetssändning.

När man frigör dessa delar kan man paketera de olika delarna på ett nytt och för publiken förhoppningsvis aptitligt sätt. Publiken kan erbjudas att hoppa fritt i nyhetssändningar, genom att hoppa över ämnen som inte engagerar eller genom att fördjupa sig i ämnen som engagerar. Nya produktioner kan skapas när man slår ihop atomer till, för att ta liknelsen ännu längre, helt nya molekyler. Delar av program, som kanske hör ihop ämnesmässigt, kan slås ihop för att bilda en relevant ny produkt.

Ett exempel på detta arbete är prototypen *SR BYT*. Idén var att erbjuda bilister, som annars ofta byter kanal när rastlösheten slår in, möjlighet att stanna kvar i kanalen, men göra korta avstickare med nyheter och trafik när lusten faller på. Att kunna aktivera nyheter eller trafik när man vill visade sig vara en mycket uppskattad funktion. Varje nyhets- eller trafiksändning utgör här en beståndsdel som enklare än i dag kan erbjudas med denna prototyp. Arbetet går vidare in i nyhetsprojektet som startat under 2017.

Atomisering är en nyckel för det Sveriges Radio tror kommer att förändra sättet publiken kommer att konsumera och interagera med ljud. Det växande antalet röststyrda digitala assistenter, för exempelvis Amazon Echo eller Google Home, kommer att skapa helt nya lyssningsmönster. Med dessa apparater kommer publikens krav på precision och valbarhet att öka.

Atomisering eller Objektsbaserad radio som det också benämns, är relativt nytt för de allra flesta radiobilag i världen. Området är stort, komplext och har oerört mycket sprängkraft i sig och därför har innovationsteamet fokuserat kraften på detta under våren 2017. Det är viktigt att säkerställa att detta arbete drivs på ett sådant sätt att filterbubblor inte uppstår.

Under hösten genomförde teamet tillsammans med elever från innovationsskolan Hyper Island och P3 ett projekt för att utforska vilket nästa steg P3 bör ta för att nå unga inom områdena nyheter och musik. Dessa områden är själva kärnan för P3, vilket gör utvecklingsarbetet svårt och angeläget.

Sveriges Radio arrangerade tillsammans med innovationsfestivalen Gather Festival ett Solution lab, där intresserade bjöds in att i strukturerade former lösa ett problem. Frågeställningen handlade om hur P3 i samband med valet ska bli den mest relevanta aktören för ungdomar som bor i områden där valdeltagandet är som lägst.

4.2.4 Sociala medier

Debatten om sociala medier och delningskulturen har till stor del handlat om klickfiske, det vill säga webbplatser vars enda syfte är att nå viral spridning av innehåll. Engagemanget i sociala medier på Sveriges Radios redaktioner går betydligt djupare än så.

Den dagliga användningen av sociala medier i Sverige har fördubblats under de senaste sju åren, från 28 procent år 2010 till 56 procent år 2017 av alla internetanvändare i Sverige.⁴² För SR gäller det därför att använda plattformarna för att stärka relationen med publiken och i ännu högre grad göra den medskapande samt att öka lyssningen på Sveriges Radio. För SR är sociala medier ett effektivt journalistiskt verktyg. Tydliga exempel på detta är *Relationsradion i P3* och Ekots prisbelönta projekt #tiomiljoner.

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*, vilken har kommit ut i två versioner, har bidragit till att bygga kunskap och sprida medvetenhet om vikten av att arbeta med alla tre benen – marksänd radio, digitala plattformar och sociala medier – för att skapa bästa möjliga innehåll och få största möjliga genomslag.

Sveriges Radio finns på många sociala medier-plattformar. Förutom Facebook och Twitter används också Instagram, Snapchat, ASKfm och olika nätforum. Var Sveriges Radio väljer att vara styrs utifrån publikens beteende och journalistiska behov. Strategin är framför allt att använda sociala medier som ett journalistiskt verktyg. Målet är att med ljuset i fokus göra radiojournalistiken så relevant som möjligt för lyssnarna genom att hitta nya infallsvinklar, idéer och röster, och genom att göra publiken medskapande.

2017 fortsatte arbetet med att optimera Sveriges Radios verksamhet i sociala medier med utgångspunkt i digitala beställningar och de handlingsplaner som redaktionerna tar fram. I handlingsplanerna har riktlinjer för arbetet i sociala medier satts upp: syfte, former för närvärko, publikmedskapande, organisation och arbetsmetoder. Där finns tydliga mål för arbetet, vilka följs upp och utvärderas.

Under 2017 påbörjades också arbetet med att vidareutveckla processen. Syftet är att ytterligare stärka Sveriges Radios företagsövergripande mål: att använda sociala medier till dialog med lyssnarna för att berika programinnehållet. Samtidigt pågår arbete med ny målformulering där lyssnarnas interaktioner kommer få större fokus än tidigare.

Våren 2017 erbjöd Sveriges Radio åter kursen *Social Media: Strategy, Leadership and Management* – en Masterclass i ledarskap i sociala medier för Europeiska radio- och tv-unionen EBU. Utbildningen bygger på SR:s obligatoriska chefsutbildning *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.

Sveriges Radio har superanvändare för sociala medier – redaktionella medarbetare som på sina arbetsplatser coachar, håller utbildningar och hjälper redaktionen i arbetet med sociala medier. 2017 års utbildning för superanvändarna hade huvudfokus på journalistiska utmaningar i sociala medier för att skapa bättre journalistik. Ämnen som togs upp var hur man undviker falsk balans, hur man bedriver avancerad research och grävjournalistik och hur man skapar konstruktiv dialog och medskapande med publiken.

Sveriges Radio arbetar kontinuerligt med att utveckla arbetsformer och effektivare sätt att utnyttja den kompetens som finns inom företaget. Försöken med den Digitala insatsstyrkan fortsatte under 2017. Gruppen arbetar mot hela SR och kan ta in kompletterande kompetens som grafiker, faktaredaktörer och UX-utvecklare.⁴³ Målet är att sammanföra kompetens från olika delar av Sveriges Radio för att utforska och utveckla nya sätt att involvera och nå publiken på webben och i sociala medier. Arbetet har varit mycket framgångsrikt och därför skapades hösten 2017 en Digital insatsstyrka med fokus på valet 2018.

Den andel av trafiken till *sverigesradio.se* som kommer från sociala medier ökade under 2017 från 15 till 16 procent. Antalet besök från sociala medier har ökat under flera år och under 2017 fortsatte detta med en ökning på drygt 6 procent.⁴⁴

⁴² Svenskarna och internet 2017. En årlig studie av svenska folkets medievanor.

⁴³ User Experience, användarupplevelsen i en specifik process.

⁴⁴ Google Analytics, genomsnitt per vecka helår 2017 jämfört med 2016.

De lokala P4-kanalerna har under jubileumsåret 2017 haft tillgång till ett unikt delningsverktyg för att sprida ljudklipp från sändningar med en intervjuad person som sms. Den medverkande kan på detta sätt själv dela klippet i sina sociala medier. Detta har hittills skapat drygt 100 000 lyssningar på lokalt material och en ökad synlighet i publikens sociala flöden.

4.2.5 Digitalradio i vänteläge

Efter ett stort antal utredningar och konkret planering för övergång till digital sändningsteknik beslutade kulturministern 2015 att avvaka ytterligare och följa utvecklingen internationellt, särskilt i Norge. Den norska regeringen beslutade för flera år sen att ersätta FM med digital sändningsteknik. Under 2017 har en övergång skett successivt, och vid årsskiftet släcktes det analoga FM-nätet. Nu sänder NRK och de kommersiella radiostationerna enbart i den europeiska standarden DAB+. Enligt Digitalradio Norge, som är det branschorgan som drivit övergången, har samtliga hushåll tillgång till ett 30-tal kanaler. Framför allt har de nya nischkanalerna – både kommersiella och NRK:s – varit framgångsrika.

Flera länder i Europa satsar på digital marksänd radio. Det gäller bland andra Storbritannien, Tyskland, Schweiz samt Danmark. Detta i kombination med att den kommersiella radion i Sverige redan har tillstånd att senast under 2018 starta sändningar i 25 kanaler – 21 nationella och 4 lokala och regionala – innebär att frågan kan komma att aktualiseras på nytt.

Post- och telestyrelsen (PTS) har gjort en översyn av FM-frekvenserna i Sverige. Syftet var att skapa större sändningsområden, tre nya nationella nät och att se över de lokala frekvenserna. Myndigheten för press, radio och tv (MPRT) har beviljat de tre största kommersiella radiobilagerna Bauer Media, NRJ och MTG rätt att sända nationellt i FM. Därutöver har lokala koncessioner fördelats så att ett stort antal orter som tidigare inte haft ett kommersiellt radioutbud nu kan få tillgång till ett sådant utbud. Detta innebär ökad konkurrens för Sveriges Radio lokalt på 18 orter.

Det är olyckligt att beslut ännu inte har fattats om Sveriges Radio ska ingå i digitalradioutbyggnaden. Ett av skälerna till kraven i nuvarande sändningstillstånd att öka utbudet på minoritetsspråk var den förväntade möjligheten att sända i fler radiokanaler i ett nationellt digitalt marknät. Dessa sändningar kan inte ersättas med ett utökat utbud på internet eftersom ett sådant utbud enligt gällande reglering inte får tillgodoräknas för uppfyllelsen av uppdraget.

Sveriges Radio sänder på finska och meänkieli i delar av landet samt ett utbud för barn och ungdomar på svenska i den första versionen av digitalradio-tekniken DAB. Detta är sändningar som inte kan flyttas till FM då frekvensöversynen av FM-bandet inte innefattade Sveriges Radio. Detta utbud finns också tillgängligt på internet och når där huvuddelen av publiken men får inte tillgodoräknas. Därför måste Sveriges Radio lägga betydande belopp på att distribuera i en digital teknik som inte fått något större genomslag och därmed få kan ta del av. Det är i längden inte ekonomiskt försvarbart.

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 2017 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 platfformar.

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2017, p. 7)

Möjligheterna att ta del av Sveriges Radios kanaler och program fortsätter att öka. Publikens har flera platfformar 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 platfformar 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 distributionsplatfformar.

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

Tabell 5. Total sändningstid fördelad på platfformar, timmar linjär lyssning

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

Allt marksänt kan även lyssnas på via internet, 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 bedömning är att den marksända radion kommer att spela stor roll under lång tid framåt. Detta visar också den kommersiella radions satsningar på tre nya nationella FM-kanaler och ett ökat antal lokala kanaler runt om i landet.

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

I FM har Sveriges Radio tillstånd för och sänder fyra rikstäckande ljudradioprogram: P1, P2, P3 och P4. P4 innehåller 25 lokala kanaler som sänder nyheter och program under delar av vardagsdygnen samt lokala nyheter på helgen. Övrig tid sänds ett riksutbud i P4. Några kanaler har lokal bevakning alla kvällar fram till kl. 23.00.

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

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

Tabell 6. Marksänd tid fördelad på plattform och sändningstyp, timmar⁴⁵

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning						
FM	105 199	106 845	104 813	105 097		
DAB	30 288	30 142	30 104	30 014		
Summa förstasändning	135 487	136 987	134 917	135 111		
Parallelsändning						
FM	5 690	5 751	6 074	6 072		
DAB	5 832	5 742	5 176	5 159		
Summa parallelsändning	11 522	11 494	11 251	11 231		
Repris						
FM	4 618	5 750	5 280	5 283		
DAB	1 042	1 269	1 977	1 978		
Summa repris	5 660	7 019	7 257	7 262		
Summa FM	115 506	118 346	116 168	116 453		
Summa DAB	37 162	37 153	37 257	37 152		
Totalt	152 668	155 499	153 425	153 604		

Nettoökningen i antalet marksända timmar mellan 2016 och 2017 beror på två faktorer:

- under 2016 ersattes lokala sändningar i 25 lokala P4-kanaler av sändningar från Radiosporten i samband med större sportevenemang (total ökning för 2017 cirka 630 timmar)
- 2017 uppgick antalet vardagar till 260 dagar jämfört med 261 dagar 2016 som var skottår (total minskning för 2017 cirka 450 timmar).

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

⁴⁵ 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 repriser ger ökad tillgänglighet och bidrar till att utbudet når fler.

Tabell 7. Marksänd tid fördelad på lokalt, regionalt och riks, timmar

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

5.2 Andra plattformar

Sverigesradio.se

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

Informationen om musik och låtlistor som spelats i program och kanaler har under 2017 förbättrats med mer komplett information och snabbare publicering. Nya ramverk och arbetsmetoder för att kunna testa och utvärdera förändringar i små steg på en begränsad del av publiken har införts. De flesta förändringar som testas syftar till att öka antalet besök med lyssning. Under 2017 har även ett utforskande arbete kring hur man kan öka nyhetslyssningen påbörjats.

Sveriges Radios redaktionsnära utvecklingsteam Digitala insatsstyrkan är ett nav som tillsammans med redaktioner presenterar och visualisera journalistiskt innehåll på webben och på sociala medier. Sedan starten 2015 har ett 70-tal samarbetsprojekt med olika redaktioner och kanaler genomförts. Valet till Sametinget var ett exempel från 2017 på ett större samarbete.

Sveriges Radios strategi för publiceringar på digitala plattformar är att sätta ljudet i fokus. Ett mål för nyhets- och aktualitetspubliceringar på förstasidan för *sverigesradio.se* och på de lokala kanalernas förstasidor är att minst 67 procent av dessa ska innehålla ljudklipp. Detta mål uppnåddes med god marginal under 2017. Genomsnittet för ljudklipp på förstasidan för *sverigesradio.se* var cirka 70 procent och publiceringarna på de lokala kanalernas förstasidor innehöll i genomsnitt cirka 75 procent ljudklipp.

Sveriges Radio Play och övriga appar

Sveriges Radio erbjuder publiken flera appar för smarta telefoner. Den mest populära är *SR Play* (*Sveriges Radio Play*) där publiken når alla kanaler för direktlyssning och lyssning on demand.

Utvecklingen av extrasändningar och pushnotiser har fortsatt. Utöver möjligheten för publiken att få Viktigt Meddelande till Allmänheten (VMA) och extrainsatta nyhetssändningar, publicerar nu alla lokala kanaler pushnotiser för att tipsa om nyhetsinslag i P4. Även Sisuradio och Sameradion publicerar pushnotiser.

SR Play har stegvis fått en ny struktur, ett justerat utseende och en ny funktionalitet som förenklar för användarna att upptäcka nytt innehåll. Appen har också kompletterats med en första version av stöd för Apple CarPlay.

Sveriges Radios personaliseringsteam har under 2017 publicerat nya funktioner i appen för att underlätta för användaren att hitta nytt innehåll. Utifrån användarens historik rekommenderas program och avsnitt. Varje avsnitt blir med rekommendationernas hjälp en möjlig startpunkt för att upptäcka mer från SR. Ett viktigt framgångskriterium som Sveriges Radio har satt upp är att rekommendationerna ska bredda publikens lyssning.

De nya funktionerna utvärderas löpande. Utvärderingen visar att rekommendationer baserade på historik leder till dubbelt så många lyssningar jämfört med en topplista med de populäraste avsnitten, vilket tyder på högre relevans för publiken. Rekommendationerna leder dessutom oftare än topplistor till att användare upptäcker programserier de inte hört tidigare, det vill säga ökad lyssningsbredd. I de fall där nästa rekommenderade avsnitt spelas upp automatiskt ökar den totala lyssningstiden för den användaren med upp till 50 procent.

Under 2017 har försök genomförts i samarbete med Dokumentär- och Ekoredaktionerna kring redaktionellt skapade spellistor i *SR Play*

Apparna *Radioapans banankalas* och *Radioapans kojträd* vänder sig med sagor, sånger och spel till mindre barn. *P3 Radio* med direktlyssning av kanalerna P3, P3 Star och P3 Din Gata är riktad till den yngre delen av P3:s målgrupp.

Under 2017 har Sveriges Radio även testat att lansera enklare playappar för nya plattformar. Bland det som testats finns den röststyrda assistenten Alexa i Amazon Echo, nya Apple TV, Sonos högtalare och Universal Windows Plattform som stöds av bland annat Windows 10 och Xbox One.

Tredjepartsplattformar

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 samt ger andra perspektiv, nya röster och infallsvinklar. Detta bidrar också till att öka lyssningen. Därför är Sveriges Radio på de plattformar publiken väljer att vara samt testar och utforskar regelbundet nya. Några exempel är Facebook, Twitter, Instagram, Youtube och Snapchat.

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

Sveriges Radio har ett öppet API⁴⁶ 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.

⁴⁶ Application Programming Interface, strukturerat sätt att komma åt data i ett system.

5.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet

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

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2017, 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 2017, 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 tillgänglighet⁴⁷ framgår följande:

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

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

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

Sveriges Radios kärnverksamhet är journalistisk produktion av innehåll med ljudet i fokus (radioprogram) som på olika sätt distribueras till allmänheten, bland annat genom sändning men också på andra sätt.

Den digitala forskjutningen på mediemarknaden och ändrade användarbeteenden gör det nödvändigt att kärnverksamheten tillgängliggörs på olika platfformar 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 forskjutits eftersom allt som produceras inte längre sänds utan i viss utsträckning tillgängliggörs på andra platfformar. 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

⁴⁷ Bildning och tillgänglighet – radio och tv i allmänhetens tjänst 2014–2019, prop. 2012/13:164.

- olika playtjänster eller liknande där tidigare sända program finns för lyssning on demand
- exklusiva program som ligger tillgängliga för lyssning on demand
- direktsändning över internet av enstaka event, exempelvis sportevenemang.

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

Text och bild på webben kompletterar och stödjer radioprogrammen. Sveriges Radio arbetar med att ha ljudet i fokus. Text och bild är en integrerad del av det journalistiska arbetet och produktionen av radio-program i syfte att till exempel öka möjligheterna att hitta det innehåll man vill ta del av eller ge personer med svårigheter att ta till sig ett talat innehåll möjlighet att ta del av det på annat sätt. Exempelvis är en utskrift av ett 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, vara relevant och väljas av publiken på alla plattformar.

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

Konsertverksamhet i Berwaldhallen skapar en närhet och en kontakt med publiken, vilket ökar intresset för att ta del av det inspelade eller direktsända musikaliska utbudet, samt stärker kvaliteten i verksamheten. 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. Berwaldhallen är Sveriges i särklass största kulturscen.

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

De **barnspel** som finns på 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 görligt att särredovisa den i absoluta tal.

Sveriges Radio arbetar i dag integrerat för att nå ut till publiken vid rätt tidpunkt, till rätt målgrupp, på rätt plattform och med rätt innehåll – genom radio via marknätet, digitalt via webb och mobil samt genom dialog och medskapande i sociala medier. Det innebär att en redaktion på SR arbetar sömlöst med alla tre benen och med ljudet i fokus före, under och efter en produktion. Webb och sociala medier blir journalistiska verktyg i det dagliga arbetet i kontakten med medverkande och publik och utgör en del av dialogen och skapandet tillsammans med publiken.

Därför är det i princip omöjligt att ange hur resurserna för webb, mobil och sociala medier fördelar sig på kärnverksamhet respektive kompletterande verksamhet.

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

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

Obalans kan uppstå om kärnverksamhetens kvalitet upplevs sjunkande som en direkt följd av att för mycket resurser läggs på den kompletterande verksamheten. 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 närväro, nerv och applåder genom publikens närväro. För julkalendern upplevs radioberättandet mera konkret då barnen dessutom kan se och ta på en kalender och göra lucköppningar i samband med sändningar.

Genom text och bild som kompletterar ljudet på webben blir det lättare, inte minst för personer med ned-satt hörsel eller kognitiv funktionsnedsättning, att ta till sig innehållet. Programmen, det vill säga ljudet, blir också mer attraktivt för den yngre publiken som 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 som ett 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. Så som medier konsumeras i dag finns snarare en risk för att publiken skulle uppleva det som en allvarlig brist om SR inte skulle tillhandahålla text 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, vid rätt tidpunkt, 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 platfformar.

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2017, p. 7)

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

I avsnitt 6.1 beskrivs de åtta programkategorier Sveriges Radio använder för att redovisa sändningstid. En mer utförlig redogörelse för utbudet i marksänd radio finns i kapitel 7.

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

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

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

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

6.1 Marksänd radio (FM och DAB) fördelad på programkategorier

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

1. Nyheter

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

2. Samhälle

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

3. Livsstil

Kategorin Livsstil 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.

4. Kultur

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

5. Sport

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

6. Underhållning

Programkategorin Underhållning 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.

7. Musik

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

Inom respektive grupp finns fyra undergrupper:

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

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

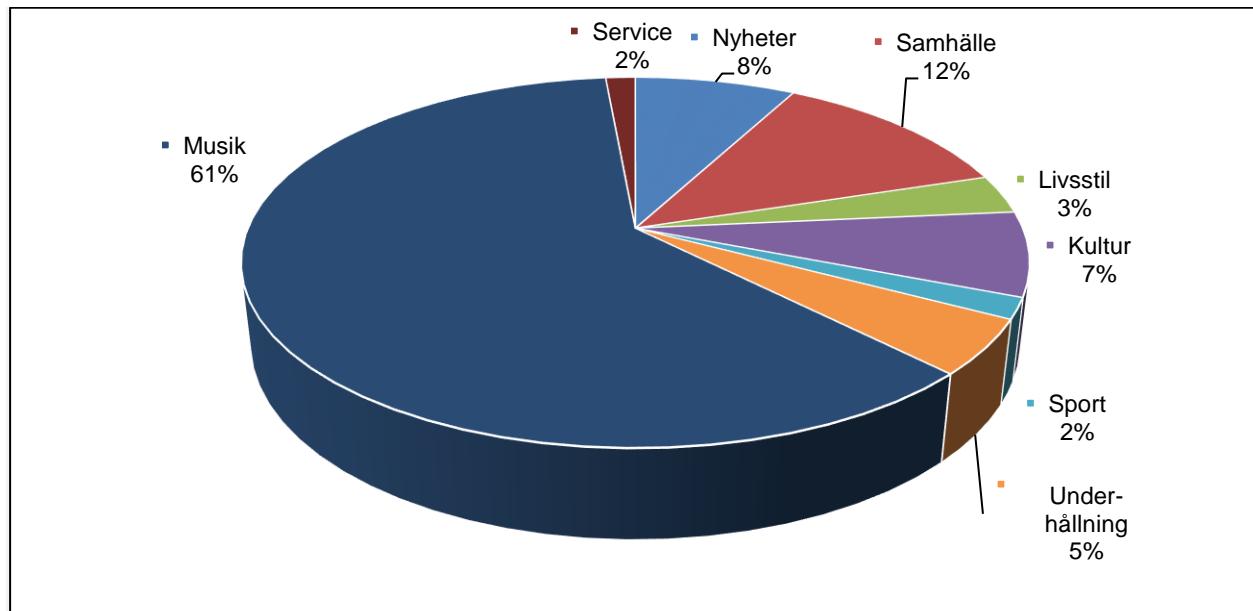
8. Service

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

Tabell 8. Marksänd tid fördelad på programkategori och sändningstyp, timmar

	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Förstasändning	10 281	14 595	4 505	8 995	2 501	6 018	85 992	2 224	135 111
Parallelssändning	1 622	1 422	104	902	179	1 009	5 993	0	11 231
Repris	177	2 843	606	1 414	113	359	1 747	3	7 262
Totalt	12 080	18 860	5 215	11 311	2 793	7 386	93 732	2 227	153 604

Diagram 6. Total marksänd tid fördelad på programkategorier 2017



6.2 Sveriges Radios utbud på internet

För Sveriges Radio sker lyssningen på *sverigesradio.se* och i apparna *SR Play*, *P3 Radio* och *Radioapans kojträd*. Lyssning sker även på tredjepartsplattformar⁴⁸, såsom TuneIn, Apple podcast och Acast. Fler lyssnar på poddar via *SR Play* än via *sverigesradio.se*. De största externa plattformarna är Itunes/ Podcaster och Spotify.

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

Nyheter och lyssningstips samlas på förstasidan, på kanalförstasidorna och på de lokala P4-kanalernas förstasidor. De allra flesta av Sveriges Radios program har en egen hemsida med information om programmet, sändningstider, redaktion och kontaktinformation.

⁴⁸ Internetplattformar som inte är Sveriges Radios.

Poddradio

Sedan 2005 har Sveriges Radio gjort innehållet tillgängligt on demand som poddradio. Genomslaget för användandet av smarta telefoner och ett snabbt ökande utbud har gjort att lyssning på poddar vuxit som en stark trend.

Sveriges Radio har under 2017 arbetat med att vidareutveckla podderbjudandet. Ambitionen har varit att testa och utveckla nya format, släppa fram fler personligheter och variera tilltalet. De poddunika programmen har bidragit till att bredda och fördjupa kanalernas erbjudanden till publiken samt öka kännedom om och lyssnandet på SR. Programmen ger en möjlighet att fånga målgrupper som inte lyssnar på vanlig radio.

Många av programmen som utvecklats som poddar har därefter fått sändningstider i FM. På så sätt har satsningen på poddradio bidragit till förnyelse i form av nya programformat som också når publiken i FM. Några sådana exempel är *Snedtänkt med Kalle Lind* där programledaren pratar om det inga andra poddar pratar om, *Fogelbergs ljudbokspodd* som tipsar om ljudböcker och ljudboksutgivning samt *USA-podden*, *Europapodden* och *Det politiska spelet* som går på djupet i politiska frågor för särskilt intresserade.

Poddradioformatet har under 2017 använts för att utveckla nya former av berättande och dramatiseringar. *Ufopodden i P3* och *P3 Historia* är några mycket framgångsrika exempel. Formatet har även använts för att testa programformat riktat till specifika målgrupper.

Sveriges Radio har producerat fördjupande musikprogram i poddformat. Programmen bygger på talat innehåll men har musik som ämne och riktar sig till de mycket musikintresserade. Ett exempel är den prisbelönta P2-podden *Den svenska musikhistorien* som i seriens avslutande säsong satte svensk musikhistoria åren 1900–2017 under lupp. Några av avsnitten har även sänts i FM.

Personalisering

Projektet Personalisering arbetar bland annat med samlingar av innehåll. Innehållet värderas av en redaktör och presenteras sammanhållet kring ett gemensamt ämne, oavsett i vilken kanal eller på vilken plattform det har sänts. Samlingarna visas i appen *SR Play* och på sverigesradio.se.

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

Dokumentärlyssningen i *SR Play* påverkas positivt av samlingarna. Räckvidden ökade med 18 procent år 2017 och smalare program ökade mest. Antalet genomlyssnade dokumentärer ökade med 23 procent och det syntes även en generell ökning i bredd (antal olika programserier per person) och lojalitet (antal dokumentärer per vecka och person).⁴⁹

Nyheter

Ekot har under året haft cirka 300 extrasändningar vid större nyhetshändelser, varav drygt 10 procent sänts i FM. Även lokala P4-kanaler har lagt in extrasändningar. Sändningarna aviseras genom pushnotiser via *SR Play*. Dessa pushnotiser uppskattas av publiken. Cirka 80 000 hittar in via notiserna en vanlig vecka och notiserna hjälper publiken hitta innehåll som bryter den givna tablån. Vid terrorattentatet på Drottninggatan skedde 270 000 klick på pushnotiser i *SR Play* av cirka 150 000 användare.

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 57 000 unga följare på Instagram är P3 den största svenska nyhetsleverantören på denna plattform.

⁴⁹ Alla värden är jämfört med motsvarande period 2016.

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

Drama-arkivet

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

Barnradions digitala plattformar

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

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

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

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

En nyhet 2017 var *Bebispodden*, en specialskriven podd med musik och lek med ljud och ord för de allra minsta barnen 0–2 år och även för lite äldre barn med funktionsvariationer. *Bebispodden* sändes i FM i P4 med extramaterial på webben. Barnradion beställde bilder och gjorde tipsrutor till alla avsnitt, där föräldrar fick tips om hur de kan lyssna på programmen tillsammans med sina bebisar. Pedagoger, logopeder och babyrytmiklärare har intervjuats för att lägga en vetenskaplig och pedagogisk grund för podden. Programmen har testats i barngrupper på öppna förskolor.

Under 2017 har Barnradion tillsammans med redaktionerna för de nationella minoritetsspråken förtysligat innehållet för barn på dessa språk med delvis nya webbsidor och en ny samlingssida med information om utbudet, *Barnradio på minoritetsspråken*.

Barnradion har samarbetat med Högskolan i Skövde kring 2017 års julkalender *Marvinter*. Kalendern fanns både i FM och som ett app-spel som utspelar sig i en parallell värld till julkalendern. Målet med spelutvecklingen har varit ett särskilt anpassat innehåll för barn med syn- eller hörselnedsättning samt barn med kognitiva funktionsnedsättningar.

Spelsoffan var en satsning kring spel och barns spelande med fem poddar som tog upp ämnen som hur är man en snäll spelkompis, rätt och fel i spelvärlden och genusperspektiv på spel.

Tonårspublikens

Att nå den unga publikens på internet är helt avgörande för P3, i synnerhet när det gäller tonåringar. Alla tonåringar är på YouTube⁵⁰, och nästan alla tonåringar är även på plattformar som Instagram, Snapchat

⁵⁰ Svenskarna och internet 2017. En årlig studie av svenska folkets medievanor.

och Facebook. Därför är det viktigt att alla P3:s programredaktioner har tydliga planer för hur man ska jobba på digitala sociala plattformar.

Vissa satsningar gör P3 enbart för publiken digitalt. När det gäller tonåringar och specifika satsningar för dem är musikkanalen P3 Star en viktig aktör. Kanalen sänds i DAB och har en pågående dialog med publiken på Instagram och Snapchat med musiktips, relationsråd med mera. På Youtube finns serien *P3 Star hänger* som snabbt blev en hit. Under 2017 har Marcus & Martinus, Niall Horan, Sigrid Bernson med flera intervjuats. Intervjupersonerna är högst relevanta bland tonåringar i dag. P3 Star är också aktiv på musical.ly där kanalen ökar sin följarskara bland tonåringar.

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

- *Creepypodden* som varje vecka har en räckvidd mellan 50 000 och 100 000 unika enheter och därmed är P3:s näst största podd. Podden är anpassad för digitala plattformar och har en stor lyssnarskara bland tonåringar.
- Thrillerpodden *P3 Serie Himmelsberg* (andra delar i *P3 Serie* har sänts i FM) handlar om tre elever som gör en podd om skolans anrika historia. När de gräver i historien väcks en annan värld till liv.

Samiska

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

2017 sände Sameradion tillsammans med SVT Sápmi direkt på webben under cirka 70 timmar från Sametingets tre plenarmöten. En del av bevakningen inför och efter valet till Sametinget sändes exklusivt via webbkanalen, men större delen samsändes mellan FM och webbkanalen. Vidare sändes cirka 20 timmar från det samiska nationaldagsfirandet och 100-årsjubileet av starten på samernas organisering samt cirka tio timmar från de samiska kyrkodagarna. Den största satsningen i webbkanalen var sändningarna från hovrättsförhandlingen mellan svenska staten och Girjas sameby om rätten att administrera och förvalta småviltsjakt och fiske inom samebyns marker, där cirka 110 timmar sändes direkt från hovrätten i Umeå.

Utbud riktat till nyanlända

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

P4 Kronoberg började 2017 publicera lokala nyheter på arabiska. Nyheterna översätts från P4 Kronobergs svenska utbud och publiceras ett par gånger i veckan som ljudfiler på webben. Det finns även anpassad samhällsinformation om till exempel hur det går till att ta svenska körkort samt berättelser från personer som lyckats etablera sig i Sverige.

I podden *Sverige – så funkar det* vänder sig programledaren till alla som är nya i Sverige och som behöver hjälp på traven. Hur man får tag på en bostad, hur man skaffar vänner eller vilka svenska sociala spelregler det är bra att ha koll på, är exempel på ämnen. Avsnitten publicerades under 2015, men kan fortfarande laddas ner för lyssning.

Trafik- och serviceinformation

Trafik- och serviceinformation från Trafikredaktionen finns tillgänglig på sverigesradio.se. Publikens kan med mobiltelefon, surfplatta eller dator ta del av informationen på en karta och blir automatiskt rätt positionerad i kartan. Trafikredaktionens information går också ut på Twitter och en del information publiceras på Facebook.

Sedan december 2017 sänder Trafikredaktionen måndag–fredag på försök pushnotiser om trafikproblem till publiken i Storstockholm. Hittills har det skickats 2–4 pushnotiser per vecka.

Musikanalen P4 Plus

Testkanalen P4 Plus startades 1 juni 2016 och har målgruppen 60 år och äldre i fokus. I Sverige finns 2,5 miljoner män i åldersgruppen 60+. Musikutbudet har dock visat sig tilltala även betydligt yngre lyssnare. Oktober 2017 hade P4 Plus varit en av Sveriges Radios största heldigitala/webbunika kanal i ett år. Sedan november 2016 har kanalen varit den fjärde mest digitalt avlyssnade efter P1, P3 och P4 Radio Stockholm.

I P4 Plus hörs svenska och internationella artister som sällan eller aldrig spelas annars. 50 procent av musiken är svensk. Låtlistan startar på 1920-talet och med tyngdpunkt på musiken från 50- och 60-talen. Kanalen hörs dygnet runt och intresset och uppskattningen även från svenskar bosatta utomlands har ständigt ökat.

Musiken presenteras av för målgruppen kända och populära programledare.

Kommunikationen med publiken är omfattande. 15 000 lyssnare har hittills besvarat en enkät om musiken i kanalen och mer än 11 000 mejl och 200 brev och vykort har skickats till redaktionen Cirka 1 000 personer har ringt projektledaren sedan starten. Närmore 2 000 mejl har handlat om musikutbudet – önskningar, åsikter och återhörandets glädje.

P4 Plus utvecklas tillsammans med publiken och produceras i huvudsak utanför Stockholm.

Övriga musikanaler

För att ytterligare öka mångsidigheten i kulturutbudet sänder Sveriges Radio, som komplement till det marksända utbudet, några renodlade musikanaler via internet. Det utbud som enbart går att lyssna på via internet är *P2 Världen* och *P2 Klassiskt*. 2017 erbjöds också säsongskanalerna *P4 Melodifest* och *P4 Bjällerklang* samt *P2 Klassisk jul* och *P2 Klassisk sommar*.

Dessa kanaler återstår efter den renodling av musikutbudet på internet som Sveriges Radio gjort för att inte konkurrera med kommersiella kanaler.

2017 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* och *Klassiska podden* i P2.

Sport

Radiosporten har 2017 gjort en satsning på publikdialog i sociala medier. Bland annat har flera korta promotionsfilmer med referatljud och bild fått stort genomslag i sociala medier. Störst ljudmässigt genomslag har Christian Olssons referat av Peder Fredricsons EM-guld i hästhoppning fått. Det är det mest avlyssnade ljudet på Sveriges Radio under 2017 och det mest avlyssnade ljudet på Radiosporten på fyra år.

Podden *FotbollsArena Radiosporten* har fortsatt under 2017. Hockeypodden *Istid* har upphört till förmån för *Det olympiska spelet*, en podd där historiska OS-ögonblick uppmärksamas i kombination med framåtblickar med syfte att bygga upp intresset för OS 2018 i Sydkorea. *Ridpodden* var en initierad podd om ridning och hästar riktad till den som ville vidga sina vyer och utveckla sin ridning. Gästerna i podden var både superstjärnor och hobbyryttare.

Även 2017 sändes alla matcher i herr- och damallsvenskan samt i SHL på webben och i appen *SR Play*. Lokala P4-kanaler sände matcher från Superettan i fotboll, Speedwayens elitserie och slutspelen i flera andra sporter.

6.3 Sveriges Radio och sociala medier

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

Några exempel från 2017:

- #tiomiljoner
- #vardagsrasismmotmigsomsame
- #bostadsökes
- #vattenbrist
- P3 Nyheter rekryterade med hjälp av Snapchat.

#tiomiljoner

Ekot startade #tiomiljoner våren 2017. Syftet var att hitta frågor som engagerar människor runt om i Sverige och att med hjälp av publiken hitta nya idéer och konstruktiva lösningar på frågor. Korta ljudklipp sändes varje dag under tre veckor i *P1-morgon* och *Studio Ett* samt publicerades digitalt och i sociala medier. Dialogredaktörerna arbetade med kommentarsfälten för att hitta en konstruktiv dialog och idéer till ny journalistik.

Resultatet blev bättre än förutsett – spännande idéer och bra dialog med publiken och massor av nya engagerande ämnen och ny journalistik.

#vardagsrasismmotmigsomsame

Sameradion gjorde under mars en satsning under rubriken #vardagsrasismmotmigsomsame för att belysa vardagsrasism mot samer. Huvudsyftet var att visa hur majoritetsbefolkningen bemöter, behandlar och tilltalar samer i vardagen.

Redaktionen ville att samer skulle få komma till tals och berätta om sina historier. Genom att man kunde skriva sina berättelser på Twitter, Facebook och Instagram kom helt nya röster till tals. Satsningen pågick framför allt på sociala medier men fick även synergier i FM-sändningar och i nyheter på alla plattformar.

Satsningen var en succé i sociala medier, på den egna webben samt i radio och tv. Satsningen låg på trendtoppen på Twitter. Sameradiions huvudinlägg på Facebook nådde under första veckan cirka 61 000 mottagare. Fem av tio artiklar som handlar om vardagsrasismen mot samer har fått störst publik på Sameradiions webb. Resultatet har samlats i en bok.

#bostadsökes

P4 Stockholm och P5 STHLM granskade i samverkan med lyssnarna andrahandsmarknaden för bostäder i Stockholm under taggen #bostadsökes. Förutom att granska uthyrningsföretagens ageranden och visa att andrahandshyror nästan alltid ligger betydligt över den lagliga nivån, samlades mängder med tips och röster in.

Lyssnarna fick även tillgång till det digitala verktyget *Hyreskalkylatorn* som beräknade skälig hyra vid andrahandsuthyrning.

Många hörde av sig och flera av berättelserna har blivit starka publiceringar i FM eller digitalt. Stockholmskanalerna har även genomfört digitala möten där en bostadssökande fick tips av lyssnarna om hur man kan få en bostad.

#vattenbrist

Sverige verkade gå mot den torraste sommaren på 100 år och i stora delar av östra Sverige rådde det vattenbrist.

Under en vecka i mars speglade P4 Kalmar vattenfrågan från en mängd olika aspekter, bland annat en ny avsältningsanläggning och industrins satsningar på att få ner vattenförbrukningen. Stor aktivitet uppstod runt bildtävlingen #vattenmänniska.

P4 Kronoberg genomförde i juni temasatsningen #vattenvett. Redaktionen utforskade tillsammans med publiken olika sätt att minska sin förbrukning, samla upp vatten och tänka i nya banor kring vattenanvändning. En reporter prövade att klara sig på minimalt vätskeintag under tre dygn vilket fick stort genomslag, särskilt på sociala medier. Sammantaget visade #vattenvett hur man kan kombinera viktig nyhetsrapportering med fantasifullt och underhållande programinnehåll på samma tema.

I ett samarbete mellan *Studio Ett* och Område Öst genomfördes slutligen också en rikssänd temasändning om vattenläget, om de problem det låga grundvattnet vållar och tänkbara lösningar.

P3 Nyheter rekryterar med hjälp av Snapchat

Våren 2017 rekryterade *P3 Nyheters* grävredaktion i Göteborg en ny reporter. I rekryteringen användes Snapchat för att attrahera intressanta kandidater med goda kunskaper om sociala medier och om hur dessa kunskaper kan användas för journalistiskt berättande. Syftet var att nå en ny grupp av kandidater, bygga buzz kring P3 samt testa om en ny form för rekrytering kan ge en tydligare bild av den som söker, särskilt vad gäller exempelvis berättande och idéarbete.

Som ett tillägg till den vanliga rekryteringsprocessen fick kandidaterna genomföra ett uppdrag som skulle redovisas genom Snapchat. Sökande fick filma uppdraget och skicka snaps till ett Snapchatkonto knutet till P3.

Projektet resulterade, förutom i anställning av en reporter, även i 164 ansökningar, mer än tre timmar inskickat material och en ökning av antalet följare och interagerande publik på P3:s Snapchatkonto. Projektet har också flyttat fram positionerna för P3 vad gäller berättande och form för rekrytering och kontakt med presumtiva medarbetare.

7 Särskilda uppdrag och målgrupper

I det här kapitlet beskrivs Sveriges Radios utbud vilket huvudsakligen sänds i FM. Eftersom allt fler, särskilt i den unga publiken, 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.

Sverige och omvärlden förändras i riktning mot en ökad digitalisering, globalisering och polarisering. För att behålla Sveriges Radios höga förtroende hos allmänheten strävar hela programverksamheten efter att ge många olika bilder och frågeställningar från det lokala, nationella och globala samhället. Ny teknik har gjort det lättare för reportrar att rapportera och sända direkt från nya och fler platser utanför radiohusen, vilket gör det lättare att spegla hela Sverige.

Lika viktigt är att vara en öppen arena och ge utrymme åt en mångfald av meningsyttringar. I programutbudet ska åsikter kunna brytas för att ge många perspektiv. Bara så kan förtroendet för Sveriges Radio 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 stor vikt vid att lyssna på och föra en dialog med publiken. Det sker i direktsändningar, via publiknätverken, i direkta möten och i sociala medier. Publik ger viktiga bidrag till Sveriges Radios utbud.

I detta kapitel redovisas ett antal indikatorer från attitydundersökningen 2017 om hur allmänheten uppfattar Sveriges Radios utbud. Indikatorerna används främst för intern uppföljning och återkoppling för att utveckla utbudet.

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

63 (66) procent instämmer i påståendet *Jag får ny kunskap genom att lyssna på SR*.⁵¹

7.1 Jämställdhet, mångfald och spegling

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

Programmen ska utformas så att de genom tillgänglighet och mångsidighet tillgodosser skiftande förutsättningar och intressen hos befolkningen i hela landet. Programutbudet ska spegla förhållanden i hela landet och den variation som finns i befolkningen samt som helhet präglas av folkbildningsambitioner. SR ska beakta programverksamhetens betydelse för den fria åsiktsbildningen och utrymme ska ges åt en mångfald av åsikter och meningsyttringar.

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 6)

Att öka mångfalden på alla områden är ett av Sveriges Radios strategiska mål för tillståndsperioden. 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.

⁵¹ Novus Group, Attitydundersökningen december 2017. Siffrorna inom parentes avser 2016.

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.

Mångfaldsarbetet bedrivs inom hela företaget. 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.

Sveriges Radio har under lång tid gjort genomgripande satsningar för att öka mångfalden. Under 2017 har ett antal workshoppar genomförts i syfte att hitta framgångsrika, konkreta aktiviteter för att öka mångfalden i utbudet genom att stärka mångfaldsfrågan bland medarbetarna och få det att bli en fråga för alla. Kopplingen mellan medarbetarnas mångfaldsförstående och den direkta speglingen i utbudet ses som en viktig parameter för att nå framgång. Att det finns tydliga mål kopplade till mångfald och att aktiviteterna som genomförs är differentierade och utgår från lokala förutsättningar har belysts som framgångsfaktorer.

Sveriges Radio vill också vara en attraktiv arbetsplats som lever enligt sina värderingar där det i orden öppna, trovärdiga, nyskapande och oberoende finns en naturlig koppling till mångfald. I arbetet med att stärka Sveriges Radios arbetsgivarvarumärke har aktiviteter genomförts för att attrahera presumtiva medarbetare utifrån ett mångfaldsperspektiv.

Aktiviteterna har även omfattat en genomlysning av nuvarande ledarskapsutbildningar för att ytterligare stärka de delar som handlar om att leda människor med olika bakgrund, utnyttja olika kompetenser och se potentialen i mångfald för ett bredare perspektiv och ökad arbetstrivsel.

Redaktionerna arbetar med att upprätthålla jämställdhet/mångfald/spegling vad gäller gäster och liveinspelningar och följer upp mångfalden hos de medverkande.

7.1.1 Övergripande om begrepp och metoder

Mångfald är ett föränderligt och öppet begrepp, och Sveriges Radio behöver fylla det med nya betydelser över tid. Begreppet följer med samhällets utveckling samt tolkas och värderas olika utifrån olika perspektiv.

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. Betydelser och fokus skiftar med programmets uppdrag och bevakningsområde när det gäller region eller ämne.

Sveriges Radio arbetar med mångfald som en kompetens med tre delar: perspektiv, nätverk och språk. Mångfaldskompetens innebär att en person har tillgång till andra perspektiv, andra nätverk och andra språk än de som är vanliga på redaktionen. Av det här följer att innehördheten 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. Det används därför även för att bredda journalistiken. För att rekrytera personal och medverkande tillämpas en bristanalyse – vad saknas? – snarare än en behovsanalyse – vad behövs?.

Bristanalysen breddar verksamheten genom att tillföra kompetenser som fattas. Att Sveriges Radio utnyttjar den decentraliserade organisationen och korrespondentnätet för att länka samman det som händer i mänskors 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 redaktionerna finns en hög medvetenhet om balans och om vilka som medverkar och bokas till programmen. Det pågår en daglig diskussion om varför och för vem redaktionen gör sitt program, om att ha låga trösklar för medverkan och om vikten av att alla kan känna igen sig. Att medborgarna ska känna igen sig i Sveriges Radios utbud innebär också att SR inte enbart skildrar konflikter och vad som skiljer grupper och individer åt, utan ibland också söker det som förenar.

Grupper som hörs i mindre utsträckning söks aktivt upp. Utöver det här vardagliga mångfaldsarbetet finns en del generella hjälpmmedel för att långsiktigt öka mångfalden. Dessa listas nedan.

Publiknätverk och nätverksbyggande

Flera riksredaktioner och lokala P4-kanaler har tät kontakt med publiken i publiknätverk. Cirka 12 000 lyssnare deltar i denna samverkan som siktar till att bredda perspektiven i journalistiken. Mångfalden i nätverken är en prioriterad fråga.

Självklart är nätverk viktiga även för journalisten, och många redaktioner jobbar långsiktigt med att bredda reportrarnas nätverk. Ett exempel är P4 Kristianstad där publikredaktören bjuder in sfi-klasser på studiebesök till kanalen. Senare besöker redaktören klassen och de får då i uppdrag att lyssna på olika radioprogram och lämna ett förslag eller idé på reportage eller nyhet. Detta har lett till många nya röster i radion, både i form av inslag och genom att nyanlända medverkar som gästande sidekickar.

Publiksamtal

En traditionell metod, som fortfarande ger information och bidrag till utveckling av mångfalden i programmen, är publiksamtal där lyssnare bjuds in för att ge synpunkter på det som hörs i radion. En av de viktigaste frågorna är om publiken känner igen sig och sin verklighet i utbudet.

Sociala medier

Sociala medier är ett verktyg som ökar mångfalden i Sveriges Radios journalistik genom bredare val av ämnen och nya röster. Sveriges Radio arbetar kontinuerligt med att till exempel använda Facebook-grupper för att nå personer som valt att samlas kring specialintressen.

Exempel på detta är att spegla personer med funktionsvariationer genom att delta i grupper kring adhd och autism eller att hitta nya röster i hbtq-mötesplatser och i grupper för olika minoriteter och rena intressegrupper.

Programbeställningar och programkontrakt

Alla program i Sveriges Radio beställs av kanalansvarig utbudsbeställare och får ett tydligt 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 där en hel kanal granskas under en period bildar 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, underlag för en kontinuerlig programutveckling. Här 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 nyanlända som kommit till Sverige finns även journalister. Flera kanaler och redaktioner har inlett samarbeten. Någon kanal har anställt medarbetare med stora möjligheter att bredda speglingen av tidens viktigaste samhällsfrågor, liksom att öka antalet röster som hörs i programmen. I P4 Kronoberg har en nyanställd journalist från Syrien lanserat en lokal podd på arabiska för att hjälpa nyanlända att lättare förstå Sverige.

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. Sveriges Radio har genomfört egna interna utbildningar för att bredda kompetensen för dem som inte har haft tillräckligt journalistiskt kunnande.

I och med sammanslagningen av Ekot och Radio Sweden har nyhetsverksamheten fått tillgång till reportrar med helt annan kompetens när det gäller språk och nätverk. Radio Swedens reportrar har under 2017 schemalagts för att jobba delar av sin arbetstid på centralredaktionen, i reportergrupperna och på exempelvis *Konflikt*.

7.1.3 Speglings av hela landet och variationer i befolkningen

Sveriges Radio finns på 50 platser i hela Sverige. 35 nyhetsredaktioner sänder från olika delar av landet och på flera språk. Radio Sweden är en av dessa inom ramen för Ekot och producerar nyheter på fem språk. Varje del jobbar självständigt med sin egen målgrupp och publik utifrån dess behov.

Totalt hörs människor vid cirka 300 000 tillfällen under ett år, varav knappt 70 procent i P4:s lokala kanaler. Inslag från olika kanaler och redaktioner kopplas dagligen samman i *Ekots* nyhetssändningar och i program. De regionala områdena ökar även möjligheterna till en bred och nära bevakning även i andra nationella program inom exempelvis vetenskap och kultur.

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 orter.

Att Radio Sweden och Ekoredaktionen gick samman 2016 har lett till bättre samarbeten i både heta nyhetslägen och i längre granskningar. Detta kommer hela publiken till del. Radio Sweden gör nyheter på lätt svenska samt nyheter på engelska, persiska (farsi/dari), kurdiska (sorani/kurmanju), somaliska och arabiska. Språkgruppernas kompetens och kontaktnät har gjort att Sveriges Radio flera gånger har varit nyhetsledande i ämnen som andra redaktioner har svårare att följa. Ett sådant exempel är den grävande journalistiken kring Turkiets kartläggning av regimkritiker i Sverige.

Den unga lokala kanalen P3 Din Gata i Malmö har mångfaldskompetens hos alla programledare; de har andra språk, nätverk och perspektiv utifrån erfarenheten av att bo i socioekonomiskt utsatta områden. Tilltalet i FM och sociala medier är riktat för att nå unga som sällan hörs.

P4 Västerbotten har gjort direktsända *Radioverkstan*, där människor med funktionsvariationer medverkar. I programmen lyfts ämnen som är viktiga för dem eller belyses svårigheter som uppstår i samhället, exempelvis hur de blir bemötta.

7.1.4 Hur Sveriges mångfald speglas i utbudet

Mångfald i hela utbudet

Mångfaldsarbetet syftar primärt till att röster som hörs ska spegla befolkningen så att programutbudet blir rikt och kvalitativt. Centralt är att var och en får representera sig själv, sin kompetens och sina åsikter och att mäniskor 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 några exempel på journalistik som skildrar detta:

- *Speglar 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.
- Ekots satsning *Tio miljoner* syftar till att låta fler mäniskor höras och att hitta fler ämnen att göra journalistik kring. Arbetsmetodiken är en annan än journalistens vanliga. Reportrarna har inte valt ämne i förväg utan har förutsättningsslöst rest till en plats för att ta reda på vad mäniskor där tycker är viktigt. Förhållningssättet har gett en mångfasetterad mosaik av röster som har kunnat höras i radio och digitalt. Frågeställningarna från intervupersoner har lett till spännande journalistik i ämnen bortom de mediala allfarvägarna. En del i arbetet var att försöka skapa en konstruktiv publikdialog, vilket ledde till flera nyheter och uppföljningar.
- *Pyramiden* i P1 har bland annat handlat om 60-plussare som hittat nytt bränsle i livet efter pensioneringen.
- I *Tendens kortdokumentären Varför sköt de på vår gata* tar Sarah Jaziri med lyssnarna till sin gata i Malmö. Hon är orolig för vad som händer med barnen när de kriminella tagit över och skjuter på öppen gata. Sarah skriver en debattartikel där hon säger att hon är rädd att de kriminella nätverken till slut är de enda som finns där för barnen.
- Hösten 2015 hörde 21-årige Mohamed Hasan av sig till P3 och ville göra en podd om att vara mellan två kulturer. I *Krocken i P3* berättar han om hur han har slitits mellan två kulturer under sin uppväxt. Hans föräldrars uppfattning om hur han borde uppföra sig krockade med vad kompisar kunde göra på fritiden. För Mohamed blev det svårt att veta vad han själv tyckte var rätt. Tillsammans med Marianna Ljmaya, 20 år, med liknande erfarenheter, vill han peppa ungdomar i samma situation. Podden gjordes i tio avsnitt och har delvis sänts i FM.
- 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 pågår till och med 2018 och lyssnaren kan ta del av berättelserna i sin P4-kanal och på en webbplats. Syftet är att ge mer kunskap och en djupare förståelse för mäniskor på flykt men också förståelse för myndigheters, kommuners och frivilligorganisationers utmaningar. Perspektivet är den enskilda mäniskans.

Exempelvis följer P4 Norrbotten Asma som kom som flykting från Iran och nu bor i Boden med mamma och två syskon. Asma var tolv år när serien startade, och lyssnarna får följa hennes vardagsliv med drömmar om framtiden och oron för att inte få stanna kvar i Sverige.

Några av de berättelser som växer fram kommer att bearbetas till radiodokumentärer.

Möta mäniskor

Utesändningar har generellt ökat vilket leder till fler möten med publiken.

Ekot Radio Sweden besöker varje år förorter utanför Stockholm för att möta lyssnare och få återkoppling på utbudet på fem språk. 2017 spreds dessutom budskapet om podden *Radio Sweden på lätt svenska* i en broschyr för nyanlända. I samarbeten med olika organisationer som arbetar med starkt integration anordnas bland annat studiebesök för nyanlända.

Under *Litteraturveckan* i P1 flyttades bland annat sändningen av *Dagens dikt* ut till arbetsplatser och *Sveriges Radios Romanpris* delades ut i direktsändning inför publik.

Filosofiska rummet i P1 sände ett samtal från Göteborgsoperan om huruvida de gamla dödssynderna fortfarande är gångbara i dag.

Kanal- och programutvecklingscheferna på P4 Gävleborg har rest runt i Hälsingland för att på tjugo orter möta lyssnare och höra vad de på djupet tycker om P4 Gävleborg. Cheferna har sökt upp lyssnare i tätorter och mindre samhällen som inte besöks så ofta, på offentliga platser men också genom dörrknackning. Det har gett djupare insikter om hälsingarnas radiovanor.

P4 Dalarna tog tempen på länetts kommuner ett år före valet. Satsningen började med en landstingsdebatt och fortsatte därefter med en turné till samtliga femton kommuner, där reportrarna pratade med såväl politiker som kommuninvånare.

P4 Sjuhärad hade under tre månader en redaktion på Hässleholmen i Borås, en stadsdel med hög arbetslöshet och där segregationen är påtaglig. Satsningen gjorde det lättare att skildra samhället på ett sätt som annars inte hade kunnat göras och bidrog till att många mäniskor som sällan kommer till tals medverkade i radion. Tre programblock i veckan sändes från Hässleholmen.

P4 Väst gjorde en rundresa och intervjuade varje vecka tio personer som berättade om personliga minnen från 40 år, 400 personer som man annars inte hade träffat och lyssnat till.

P3 Älskar, med livemusik, P3-profiler och humor, besökte Kalmar, Stockholm, Helsingborg och Östersund. Även *Tankesmedjan* och *Relationsradion* medverkade i turnén.

P3:s evenemang *Musikhjälpen* firade sitt 10-årsjubileum i Umeå 2017. Evenemanget är unikt eftersom innehållet helt bygger på publikens medverkan. Årets tema *Barn är inte till salu* handlade om att sprida kunskap och upplysa om den omfattande sexhandeln med barn.

Sveriges Radio och P3 har allt svårare att nå den unga målgruppen 15–34 år och i synnerhet unga män och killar samt utrikesfödda tjejer och killar. Därför besökte *Musikhjälpen* projektledare under 2017 totalt 13 gymnasieskolor och föreläste om bland annat *Musikhjälpen*. Genom konkreta exempel kom föreläsningen in på vad Sveriges Radio och P3 står för, hur SR jobbar med projekt och följer public service-uppdraget för den unga publiken.

SR Sisusradio mötte publiken vid *#mittfinland live*, en musikkväll i Stockholm med sverigefinsk prägel i samband med Finlands 100-årsfirande.

P4 Stockholm och P5 STHLM har under 2017 anordnat ett tiotal publika möten. Mötena är ”lokal-lokala” och rör angelägna frågor i det aktuella området. Ett möte i Kista bibliotek handlade om orsakerna till de många skjutningarna och hur man får stopp på våldet. Ett publikmöte var i Vällingby om hur stadsdelen kan bli tryggare och ytterligare ett möte arrangerades på Ljusterö om levnadsvillkoren i skärgården. Publik och flera lokala medieaktörer bjöds in till Kulturhuset i Stockholm för att diskutera lokaljournalistikens betydelse och uppdrag i en växande storstadsregion som Stockholms län. De publika mötena har i sin helhet sänts på webben och delar av dem har även sänts i FM.

Skilda villkor

Att spegla mäniskors olika villkor är en del av varje redaktions uppgift, ett arbete som sker i vardagen.

När Sameradion bevakade Sametingsvalet våren 2017 var ett av de viktigaste ledorden att spegla mångfalden i form av ålder, kön, geografi, språk och ämnesval. Genom att satsa på konstruktiv journalistik och att publicera på många olika plattformar erbjöds lyssnarna fler perspektiv och en större mångfald av röster än under tidigare års valbevakning. Ett Snapchatkonto lånades ut till ett tjugotal ungdomar som fick berätta om sin vardag och sina tankar om det samiska samhället. Chatboten⁵² *Ođđabot* svarade på väljarnas frågor om sametingsvalet och partierna.

Kluvet land i P1 handlar om de klyftor som finns mellan mäniskor i Sverige. Exempel på frågeställningar från 2017 var hur det känns att bli den sista bonden på släktgården och striden om lokalisering av statliga jobb.

⁵² Datorprogram som kan föra en vettig dialog med mäniskor, till exempel svara på frågor.

Universiteten hör till de arbetsplatser i Sverige som präglas av störst mångfald och 40 procent av de naturvetenskapliga forskarna kommer ursprungligen från ett annat land än Sverige. Vetenskapsradion har varit aktiv i att lyfta fram den mest kunniga forskaren när man letat intervupersoner, även om hon eller han inte pratar så bra svenska, för att ge en bild av hur mångfalden verkligen ter sig på svenska universitet.

I *Fråga vad du vill i P3* var uppdraget att spegla variationen i befolkningen vilket blev grunden till ett helt program. I varje avsnitt deltar en gäst som med utgångspunkt från sitt yrke eller sina upplevelser ställs till lyssnarnas förfogande och svarar på deras frågor. Programmet arbetar även med att inte bekräfta könsstereotyper när det kommer till exempelvis yrkeskategorier. Lyssnarna har under 2017 kunnat ställa frågor till bland andra Pernilla som är sophämtare och Thor som har haft ätstörningar.

Mångfald och spegling hörs inte minst i urvalet av musik och gäster. I *Musikguiden i P3* hittar lyssnaren musik från stora delar av världen och i olika genrer. Det är en självklarhet att artister med olika bakgrund hörs i programmen.

I P3:s liveuppdrag finns programpunkten *Dyker upp*. Lyssnaren får en intim musikträff med en artist i artistens egen miljö. Detta sker oftast utanför storstäderna, exempelvis i Mariefred eller Fisksätra.

I Berwaldhallen samverkar Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören med El Sistema Stockholm och når på det sättet barn och ungdomar från några av Stockholms förorter.

Jämställdhet

Jämställdhet är ett grundläggande 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.

Radiosporten har under 2017 arbetat med att få in fler kvinnliga referenter. Sex kvinnor har valts ut för utbildning och coachning, en har påbörjat en tillsvidareanställning och flera av de övriga medverkar regelbundet.

Radiosporten arbetar också aktivt för att jämna ut den traditionellt sneda fördelningen när det gäller rapportering av manlig och kvinnlig idrott. Regelbundna mätningar av FM-sändningarna görs, och fördelningen av antalet artiklar på webben dokumenteras. Fortfarande är det en snedfördelning, men skillnaderna har jämnats ut och ligger för 2017 på en dryg tredjedel kvinnlig idrott.

I Sveriges Radios musikurval är målet en jämn fördelning mellan manliga och kvinnliga upphovsmän och utövare. För att uppnå målet om ett mer jämställt musikutbud i SR är därför avsikten att medvetet lyfta fram fler kvinnliga musikskapare och musikutövare oavsett genre. Andelen musik skriven och framförd av kvinnor har ökat i samtliga kanaler under de tre senaste åren.

P3:s musikjournalistiska program håller jämställdhetsmålet på 50/50 vad gäller musiken som spelas.

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 har många kanaler haft en omfattande rapportering med hjälp av egna reportrar, experter och lyssnare från den region som berörts, till exempel vid terrordåden i Barcelona och Bryssel.

Ett exempel är *Ekots* avslöjande om att Turkiet kartlägger regimkritiker i Sverige med kopplingar till den så kallade Gülenrörelsen. Andra exempel på hur perspektiven vidgas är när arbetstillfällen flyttar mellan länder och rapporteringen då 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. Behovet av en öppen arena där olika åsikter bryts och olika röster hörs är allt viktigare. Under 2017 har Sveriges Radio förstärkt den rollen såväl lokalt som nationellt.

I *Fråga vad du vill i P3* samt *Pira & Bråding* i P3 kommer många olika män till tals, liksom i P4:s *Karlavagnen* och *Kvällspasset i P4* samt i *Ring P1*.

7.1.5 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.⁵³ Tabellen visar hur stor andel som instämmer i respektive påstående.

Tabell 9. Allmänhetens uppfattning om mångfald, jämställhet och spegling i Sveriges Radios utbud

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

Ungefär hälften av allmänheten i åldern 16–79 år, instämmer i att SR:s programinnehåll speglar mångfalden i det svenska samhället. Ungefär lika stor andel säger att SR ger dem kunskap om olika mäniskors 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”. Andelen är lika stor som i fjol och signifikant högre än 2015. SR:s lokala närväro har sannolikt gjort ett större avtryck de senaste två åren, delvis tack vare att P4:s lokala kanaler har som målsättning att sända mer från platser utanför radiohusen. Övriga kanalers sändningar från olika delar av landet bidrar också till den samlade bilden.

Drygt en av tre instämmer i att SR har en jämn fördelning mellan kvinnor och män i sitt programinnehåll, vilket är på samma nivå som i fjol, men lägre än 2015. Precis som i fjol är andelen som svarar ”vet ej”, hög, 44 procent, vilket gör resultatet svårt att tolka. Över tid visar Sveriges Radios egna interna uppföljningar av utbudet snarare att könsbalansen tvärtom blivit jämnare över tid.

⁵³ Novus Group, Attitydundersökningen december 2017.

Lyssningar kanalvis

Sveriges Radio granskar återkommande innehållet i kanalerna genom att systematiskt och under en begränsad period lyssna igenom allt som sänds. Lyssningarna fokuserar på ämnen, tilltal och mångfald och bidrar till nya prioriteringar i programbeställningsprocessen. Kanallyssning genomförs varje år för P4 och vartannat år för P1, P2 och P3. 2017 har lyssningar genomförts för P4.

P4-lyssningen utgår från den P4-beställning som sedan några år tillbaka gäller för de 25 lokala kanalerna. De medarbetare som genomför lyssningen tar sig an en annan kanal än den de själva arbetar på. Detta ger utrymme för mer oberoende tolkningar och reflektioner än om man lyssnar på den egna kanalen. Tack vare den systematik som kännetecknar lyssningsgenomgångarna har resultatet hög trovärdighet och tas på stort allvar i hela P4-organisationen.

Resultatet är såväl kvalitativt som kvantitativt. Det redovisas på aggregerad företagsnivå samt för enskilda kanaler. De lokala ledningarna och medarbetarna går igenom resultatet tillsammans och drar slutsatser om det kommande årets utvecklingsarbete.

Många P4-kanaler har blivit bättre på att spegla hela samhället demografiskt, socioekonomiskt och geografiskt för att uppnå en spegling av hela Sverige, främst tack vare ökad mobilitet med reportrar utanför radiohusen, men också genom att aktivt söka upp grupper i befolkningen som inte medverkat i tillräcklig utsträckning. Många P4-kanaler har till exempel utökat antalet sändningar från glesbygd och ett stort antal förorter. Lyssningsprojektet visar också att andelen barn och unga som hörs i P4 har ökat.

P4 Malmöhus, P4 Sjuhärad och P4 Gävleborg är lokala kanaler som ligger i täten när det gäller att åstadkomma en kulturell mångfald i utbudet.

Tabell 10. Exempel från kanallyssning för P4, 2017

Man	Kvinna	Makthavare/ expert	Berörd
55,0 %	45,0 %	53,3 %	46,7 %

Programnivå – uppföljning av de medverkande

Redaktioner följer dagligen eller per vecka upp vilka som medverkar i programmen kopplat till uppdrag och mål i beställning och programkontrakt. Utöver kriterier som ålder, kön och utländsk bakgrund följer många program fördelningen av medverkande från storstad och landsbygd, hur fördelningen ser ut mellan kategorierna berörda, yrkespersoner och makthavare eller hur många barn och unga som medverkar.

Personal

Sveriges Radio har under lång tid arbetat strukturerat och målmedvetet för att nå balans mellan kvinnor och män på alla nivåer. 2017 var fördelningen bland företagets samtliga chefer 51 procent kvinnor och 49 procent män (50/50 år 2016). Av arbetsledarna som jobbar närmast medarbetarna och programmen var 58 procent kvinnor och 42 procent män. Motsvarande siffra 2016 var 60 procent kvinnor och 40 procent män. För samtliga anställda är fördelningen 51 procent kvinnor och 49 procent män (samma värde som för år 2016).

Mångfald bland personalen liksom i medarbetarnas perspektiv är en förutsättning för mångfald i utbudet. Därför arbetar Sveriges Radio långsiktigt och målmedvetet mot detta vid rekrytering, kompetensutveckling med mera.

7.1.6 55 procent-målet

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

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2017, p. 13)

2017 har 55,2 procent av allmänproduktionen i Sveriges Radios rikssändningar producerats utanför Stockholm. I detta ingår dels sådant som redaktioner utanför Stockholm producerat för sändning i riks-kanaler, dels sådant som bolag utanför Stockholm bidragit med.

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

- P1 – samtliga programkategorier⁵⁴ 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 programkategorier⁵⁴ exklusive Nyheter och Sport.
- P4 – riksutbudet⁵⁵ exklusive Nyheter och Sport.

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

- Programmet beställs från en redaktion utanför Stockholm. Exempel: hälften av sändningarna av *Fredag i P4* beställs från och produceras av område Syd. *Språket i P1* beställs och produceras av område Väst, *Fråga vad du vill i P3* beställs och produceras av område Norr. *Kvällspasset i P4* beställs och produceras av område Syd.
- Programmet beställs från ett produktionsbolag utanför Stockholm. Exempel: *Pyramiden* i P1 beställs från och produceras av Lokatt Media i Malmö.
- Programmet beställs från en redaktion i Stockholm, men i beställningen anges att det helt eller delvis ska produceras av medarbetare utanför Stockholm. Programmen har reportage eller medverkande från andra delar av landet än Stockholm. Exempel: *Stil*, *Plånboken*, *Vetenskapsradion Historia* och *Tankar för dagen*.

⁵⁴ De programkategorier som ingår i begreppet allmänproduktion är Samhälle, Kultur, Musik, Service, Livsstil och Underhållning. Nyheter och Sport ingår inte.

⁵⁵ 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)

Människor förväntar sig numera att nyheter presenteras när de händer och inte på ett specifikt klockslag. Inom Sveriges Radio pågår därför sedan några år arbete med 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 strävan mot ett mer samhällsinriktat innehåll i många program i rikssändningar och i lokala kanaler. Det uppstår därför en naturlig integration av nyheter och samhällsjournalistik baserad på ämnen snarare än presentationsform.

Nyhetsformer utvecklas också på tredjepartsplattformar⁵⁶, till exempel kombinationen av korta 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 ska ge publiken en allsidig nyhetsförmedling som gör det möjligt att ta ställning i olika samhällsfrågor. SR ska inte bara berätta vad som hänt, vilket många aktörer gör i dag, utan också hjälpa publiken att förstå varför och vilka konsekvenser det kan bli. Redaktionernas och kanalernas olika uppdrag innebär att nyhetsinnehållet har olika perspektiv som lokalt, riks, globalt, ungt, barn, personer med funktionsvariationer samt nyanlända.

Målet för Sveriges Radios nyhetsverksamhet är också att journalistiken ska präglas av ett konstruktivt förhållningssätt. Konstruktiv journalistik betyder att verkligheten ska skildras i all dess mångfald och komplexitet så att människor känner igen sig. Det innebär att historiernas olika dimensioner ska belysas, inte bara de negativa vilket klassisk nyhetsdramaturgi har handlat om.

I en tid av polarisering och misstroende är uppdraget att olika röster hörs och tas på allvar extra viktigt liksom att inte bara ge en svart verklighetsbild.

Andra byggstenar i konstruktiv nyhetsjournalistik är att titta framåt och beskriva lösningar på problem samt att inte se människor som offer utan som kapabla att ta ansvar för sina liv.

⁵⁶ Internetplattformar som inte är Sveriges Radios.

Publiken ska vara med och påverka innehållet. Bevakningen ska i huvudsak göras på plats och tydligt skildra hur människor berörs.

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

Olika perspektiv och mångfald

Genom nyhetsmedarbetare över hela landet och utrikeskorrespondenter garanteras och skapas närvoro, mångfald och olika perspektiv i nyhetsurvalet. De lokala kanalerna, Radiosporten, Kulturredaktionen, *P3 Nyheter*, Vetenskapsredaktionen och Ekot sänder dagliga nyheter utifrån sina olika uppdrag. Sammanslagningen av Ekoredaktionen och Radio Sweden fortsätter att bärta frukt genom ökad mångfald och ytterligare perspektiv i *Ekots* sändningar.

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

Inom ramen för de lokala sändningarna i P4 sänds nyheter från Sisuradio på svenska och finska. Dessutom sänds i kanalerna P2 och P6 nyheter på flera nationella minoritetsspråk. Radio Sweden publicerar på internet nyheter på fem språk. *Radio Sweden på lätt svenska* är en podd med nyheter på lätt svenska för den som är ny i Sverige. Sveriges Radio har resurser att sända extra på webben på tio språk vid större nyhetshändelser.

Snabb nyhetsrapportering

Att snabbt publicera nyheter i FM-sändningar, digitalt och i sociala medier är numera självklart. Sveriges Radios uppdrag att snabbt och källkritiskt publicera nyheter blir allt viktigare eftersom det på de digitala och sociala platfformarna finns uppgifter som inte är kontrollerade och ibland är felaktiga eller manipulerade och som gör det svårare för publiken att avgöra vad som är sant och falskt.

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

Stora nationella och internationella händelser skildras som nyheter och som skeenden i realtid i extrasändningar, både i FM och via internet. Ekot har tack vare liveteamet under året kunnat ha cirka 300 extrasändningar vid större nyhetshändelser. Dessa sändes via *sverigesradio.se* och *SR Play*, drygt 10 procent sändes även i FM.

Som ett komplement till extrasändningar har mycket tid i de olika FM-kanalerna ägnats åt att förklara, fördjupa och sätta i ett sammanhang. Extrasatta aktualitetsprogram är numera vanligt.

Vid terrorattentatet på Drottninggatan i Stockholm den 7 april 2017 hamnade en av Sveriges Radios reportrar av en slump rätt in i händelsen och blev vittne till hur en lastbil mejade ner människor. Vittnesmål från en egen medarbetare medverkade till att Ekot omedelbart kunde starta en digital sändning och därefter bryta ordinarie tablå i flera kanaler. Under det första skeendet, som pågick under fredagen och över helgen, sände Sveriges Radios kanaler ett anpassat innehåll för respektive kanals publik. Webb-sändningar pågick parallellt med sändningar i FM-kanalerna för att publiken skulle kunna ta del av specialinnehåll som polisens presskonferenser. Sveriges Radio var den klart största nyhetskällan under det

inledande skedet, alltså då människor skaffade sig den första informationen om attentatet. 19 procent av befolkningen angav Sveriges Radio, 11 procent Aftonbladet och 10 procent SVT.⁵⁷

Vid flera tillfällen har olika terrordåd fått stort utrymme i det direktsända nattprogrammet *Vaken i P3 & P4*. Efter attentatet i Stockholm sände *Vaken* även i P1. Genom *Vaken* kan publiken snabbt få del av ny information.

P3 Nyheter Dokumentär gjorde redan ett dygn efter händelsen i Stockholm en nyhetsdokumentär. Detta har redaktionen gjort även vid andra stora nyhetshändelser.

De lokala kanalerna har snabbt uppdaterat sin publik kring händelseutvecklingen men också med hjälp av länsinvånare på plats i de drabbade städerna kunnat ge direktrapporter förmedlade av lokala röster.

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

Ambitionen är att inte bara vara snabba med nyheter utan att också snabbt förklara varför en händelse inträffar och vilka konsekvenser det kan få framöver. Ny enkel teknik underlättar det snabba nyhetsrapporterandet.

Att spegla olika människors villkor är en del av varje redaktions uppgift, ett arbete som sker i vardagen. Ekot har lyft fram den första kokboken för blinda, att syskon till funktionsnedsatta ska få stöd och att det är dyrt och tidskrävande att få tillbaka körkortet om man har fått det indraget på grund av synfel.

Att Sveriges Radio finns över hela landet är en förutsättning för att kunna rapportera snabbt från olika platser.

De lokala kanalernas uppdrag är att publicera nyheter så snart som möjligt utan att invänta nästa tablålagda nyhetssändning, dock alltid med trovärdigheten i behåll. Viktiga händelser, såväl lokala som världshändelser, når därför P4-publiken snabbt. Några exemplen:

- En djurskötare i Orsa Rovdjurspark avled efter att ha attackerats av en björn. P4 Dalarna och Ekot berättade omedelbart om händelsen och skeendet efteråt. Direktsända presskonferenser och inslag om säkerhet och arbetsmiljö på de svenska djurparkerna följde.
- P4 Västernorrland höll publiken uppdaterad när en järnvägsvagn med saltsyra började läcka vid Akzo Nobels fabrik utanför Ånge.
- Då den kidnappade svensken Johan Gustafsson frigavs från Mali sände både Ekot och P4 Jönköping extra.

Betydelsen av Sveriges Radios nyhetsrapportering

En central uppgift för Sveriges Radio är att sätta in saker i sammanhang och ge kunskap som bidrar till förståelse av hur olika händelser hänger ihop och förhåller sig till varandra. Några exempel från 2017:

- Dödsskjutningar och gängkriminalitet har varit återkommande nyheter under 2017. P4 Göteborg, Ekot och *Kaliber* tog ett konstruktivt grepp på gängkriminaliteten och lyfte fram hur städer som Toronto och Manchester lyckats minska våld och dödsskjutningar.
- *P3 Nyheter Dokumentär* har gjort korta dokumentärer i form av poddar i direkt anslutning till händelser. Dessa poddar har senare även sänts i FM. Formatet ger möjlighet att få hela händelseförlopp förklarade utan att behöva följa varje nyhetssändning. Terrordådet i Stockholm, nazist-demonstrationen vid Bokmässan i Göteborg och sittstrejker för att hindra utvisningar till Afghanistan är exempel på nyhetshändelser som blivit nyhetsdokumentärer.

⁵⁷ Novus undersökning om mediekonsumtionen under terrorattentatet i Stockholm den 7 april 2017.

- Bristen på bostäder och vad det leder till har granskats av bland andra P4 Stockholm, P4 Halland och P3. P4 Stockholm visade med hjälp av publiken att olagligt höga andrahandsnyror är mer regel än undantag. P4 Hallands reporter utgav sig för att vara bostadssökande och fick snabbt erbjudande om ett svart hyreskontrakt, medan P3 kunde berätta att på Facebookgrupper får de som söker bostad erbjudanden om att utföra sexuella tjänster i utbyte mot ett hyreskontrakt.
- Sisuradio har följt utvecklingen i Göteborg för finsktalande elever efter att Skolinspektionen stängt Sverigefinska skolan. Ett av nyhetsinslagen har handlat om att elever blivit förbjudna att prata finska i en svenskaspråkig kommunal skola.

83 (85) procent anser att *SR är viktig för nyhetsförmedling generellt*.

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

76 (78) procent anser att *SR har trovärdiga nyhetssändningar*.⁵⁸

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

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

7.2.2 Utrikesverksamheten

Utrikesbevakningen ska präglas av kunskap för att ge publiken bästa möjliga sammanhang, analys och bakgrund. Bevakningen är en förutsättning för att Sveriges Radio ska kunna vara den mest trovärdiga och pålitliga guiden i utrikesrapporteringen.

Nyhetsåret 2017 har präglats av en rad parlamentsval som på många håll kännetecknats av politisk dramatik. Sveriges Radios utrikeskorrespondenter har varit på plats och bevakat val och folkomröstningar bland annat i Storbritannien, Tyskland, Frankrike, Nederländerna, Serbien, Albanien, Katalonien och Norge.

Trovärdigheten bygger också på att Sveriges Radio förmår vara snabba och leverera nyhetsrapportering när det händer, där det händer. Ett nät av korrespondenter och utrikesraportrar som fort kan nå fram är en förutsättning för detta. Utrikeskorrespondenterna har ständig beredskap att vara på väg till platser där nyhetsbevakningen kräver närväro. 2017 har det handlat om blixtsnabba uttryckningar för nyhetsrapportering om terrordåd i London, Manchester och Sankt Petersburg, om terrorattacken mot kristna kopter i Egypten, jordbävning i Mexiko, dramatiska skogsbränder i Portugal och masskjutning i Las Vegas med mera.

P4 Världen som sänds på lördagar är ett utrikesmagasin om veckans stora frågor i världen. I programmet medverkar Sveriges Radios korrespondenter och lyssnarna får höra höjdpunkter från deras möten med människor från hela världen.

Satsningen på utrikespoddar har fortsatt under 2017. Dessa poddar ger fördjupning och analys i annan form och med annat tonfall än de traditionella programmen. Utrikespoddarna har också bidragit till en ny

⁵⁸ Novus Group, Attitydundersökningen december 2017. Siffrorna inom parentes avser 2016.

form av mycket aktiv publikkontakt. Frågor, synpunkter och kommentarer från en engagerad, och ofta ung, publik har blivit en naturlig del av produktionen.

USAvalpodden bytte 2017 namn till *USApodden* och har en trogen och entusiastisk publik, vilket märks inte minst på sociala medier. *EUpodden* har under 2017 fortsatt i omstött form under namnet *Europapodden*. Poddavsnitt har även sänts i FM. P1-programmet *Radiokorrespondenterna* leds av olika korrespondenter och har fokus på nya ämnesområden varje vecka.

2017 har varit ett dystert år för pressfriheten i världen. Korrespondenterna har märkt av åtstramningarna för den fria journalistiken bland annat i Thailand och Turkiet.

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

I mars 2017 utsattes Mellanösternkorrespondenten för beskjutning utanför Mosul i Irak i när han rapporterade om hur IS fördrevs ur staden. Han klarade sig oskadd, men händelsen påminner på ett brutalt sätt om den svåra säkerhetssituationen för journalister i konfliktområden.

Sveriges Radio fortsätter att vara ledande när det gäller utrikesbevakningen och har det största korrespondentnätverket bland alla medier i Norden. Det gör att SR också kan – och bör – bevakta områden som riskerar att hamna i medieskugga, platser där få andra journalister är.

Under 2017 har Sveriges Radio exempelvis gjort en satsning på att bevakा såväl ekonomi som klimatfrågor längs Sydostasiens hotade livsnerv Mekongfloden. En annan utrikessatsning gällde demokratisträvanden i Västafrika, där Afrikakorrespondenten rapporterade bland annat från det folkrika Nigeria med frodande entreprenörskap, från Centralafrikanska republikens demokratiska bakslag och från Gambia där demokratin fått försiktigt fotfäste efter decennier av diktatur. Migrationskorrespondenten har rapporterat bland annat om situationen för de hundratusentals rohingyer som fördrivits från Myanmar (Burma) och flytt till grannlandet Bangladesh.

Utrikesredaktionen har fortsatt att göra gränsöverskridande journalistiska granskningar. En sådan satsning var *Kinas pengar*, där utrikesrapporter och korrespondenter särskilt granskat Kinas ekonomiska inflytande runtom i världen. Landets finansiella makt har skildrats i en serie reportage och program från flera olika länder. Satsningen, som fortsätter under 2018, har presenterats i FM, på webben och i sociala medier.

SR:s korrespondenter och Kinakunniga rapportrar har i nära samarbete med Ekots digitala grupp i en serie reportage och program granskat den kinesiska makten. Under rubriken *Makten i Kina* har Ekot rapporterat om bland annat Kinas digitala övervakning, superappen WeChat och den kinesiska militärens utveckling. Under hösten har bevakningen särskilt handlat om den kinesiska maktstrukturen, i samband med partikongressen i Peking.

Sveriges Radio fortsätter satsa på gränsöverskridande korrespondenter som bevakar ämnesfrågor snarare än geografiska områden. Under 2017 har tjänsten som global ekonomikorrespondent för bevakning av internationell ekonomi återinförts. Vidare finns ämneskorrespondenter för Migration, Global hälsa och Kultur samt en korrespondent som bevakar utrikesfrågor ur ungas perspektiv. Utöver detta har Sveriges Radio 17 korrespondenter som bevakar geografiska områden.

Satsningen på en särskild utbildningstjänst har fortsatt under 2017 med Filip Kotsamboukidis som årets korrespondent-trainee. Tjänsten, som inrättades efter mordet på SR-korrespondenten Nils Horner, har som syfte att ge en ung utrikesintresserad reporter utbildning, handledning och handfast träning i rollen som korrespondent.

Under 2017 har korrespondenterna haft sammanlagt drygt 1 500 resdagar.

Ett exempel på hur Sveriges Radios utrikesrapportering numera berör alla plattformar är valbevakningen under det europeiska supervalåret 2017. I direktrapportering på webben och på Twitter görs blixtsnabba uppdateringar. I livesändningar i FM ges nyhetsbevakning, sammanhang, röster och bakgrund. I utrikespoddarna, som delvis sänds i FM, ges ytterligare analys och djupdykningar för de specialintresserade.

Korta pedagogiska animationer ("explainers") kompletterar bevakningen på Facebook. På Instagram ser publiken bilder som ger ännu en dimension till bevakningen.

Utrikesgruppen och radiokorrespondenterna har under 2017 arbetat för att ytterligare öka kommunikation med publiken genom fler publikmötens på ännu fler orter i Sverige.

Utrikespoddarna har bjudit in publiken till *SR-klubb* med poddinspelning, kunskapsfrågor och musikunderhållning.

För elfte året i rad ordnades evenemanget *Förstå världen* med fjorton programpunkter om aktuella världshändelser, mingel och publikfrågor på Södra Teatern i Stockholm. Även i FM:s alla kanaler ökade korrespondenternas närvaro under utrikesdagen. Korrespondenterna medverkade bland annat direkt i de lokala kanalernas morgonprogram. Evenemanget följdes upp med en turné där korrespondenter och utrikesrapporter mötte publiken på tolv orter runt om i Sverige.

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

47 (50) procent instämmer i påståendet *SR ger mig kunskap om världen utanför Europa*.⁵⁹

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 granskningssuppldrag har även övriga nyhetsredaktioner ett ansvar att granska och avslöja missförhållanden. Grävrapporter från de lokala kanalerna, Ekot och *Kaliber* samarbetar i ett nätverk.

Några exempel på granskningar som har genomförts:

- P4 Stockholm och Ekot avslöjade brister i polisens it-säkerhet och att rikspolischefen fattat beslut om att frångå regelverket på ett sätt som bryter mot Säkerhetsskyddsförordningen.
- *Medierna* i P1 har efter #metoo granskat den påstådda tystradskulturen inom ett antal mediebolag. Programmet har också lyft fram felaktiga rapporteringar i olika medier kring antalet mord i Sverige.
- *P2 Dokumentär* har i samarbete med Ekot gjort den uppmärksammade granskningen *Don Juan på musikhögskolan* med vittnesmål från ett stort antal kvinnor som blivit sexuellt trakasserade av en svensk pedagog och världsstjärna.
- *P3 Nyheters* granskning av marknaden för kosmetiska tatueringar visade att den drar till sig oseriösa utförare och att de problem som dessa orsakar kan sitta kvar för alltid hos tatuerade.
- *Vetenskapsradion* gjorde en större genomgång av psykossjukvården i Sverige och jämförde den med länder som lyckats bättre med att fånga upp de som insjuknar i ett tidigt skede.
- Sveriges Radios reporternätverk med reportrar från olika nyhetsredaktioner samarbetade i satsningen *#gömdisverige* om att leva illegalt i Sverige. Röster från gömda personer hördes.
- Radiosporten genomförde en granskning av psykisk ohälsa inom elitidrotten. Nära hundra idrottare på landslagsnivå har sökt hjälp hos en mottagning för elitidrottare med psykisk ohälsa. Flera idrottare berättade om sina problem och hur de tacklade dem.
- Sameradion avslöjade att nära hälften av alla tillstånd för gruvbrytning och placeringen av mer än var femte vindkraftverk berör för rennäringen särskilt skyddade markområden. Dessa områden ska så långt det är möjligt skyddas från sådan exploatering som påtagligt kan försvåra för renskötseln.

⁵⁹ Novus Group, Attitydundersökningen december 2017. Siffrorna inom parentes avser 2016.

- #vemshistoria var ett samarbete mellan Sisuradio, Radio Romano, Sameradion, Meänraatio och tolv lokala P4-kanaler om hur kommunerna lever upp till att alla Sveriges skolelever ska få lära sig om de fem nationella minoriteternas historia. Att ge perspektiv på judars, romers, sverigefinnars, torne-dalingars och samers situation i Sverige är en obligatorisk del av historieundervisningen på högstadiet. Granskningen visade att högstadielärare ofta hoppar över denna undervisning.

Några granskningar från lokala P4-kanaler:

- P4 Västernorrland avslöjade att hemtjänstköpare i samtliga kommuner i Västernorrland kunde välja bort personal med utländsk bakgrund.
- P4 Kronoberg berättade att Växjö kommun betalar dubbla hyror för Myresjöhus Arena som en form av förtäckt bidrag till fotbollsklubben Östers IF.
- P4 Skaraborg ville visa industrin kring matproduktionen och fick många lyssnarreaktioner på *Baconresan*. Kanalen följde en gris resa från gården i Skaraborg till slakteriet i Kristianstad, rökeriet i Polen, Scans lager i Linköping, Icas lager i Göteborg och slutdestinationen som baconpaket i en butik i Grästorp.

7.2.4 Samhällsbevakning – fördjupning och berättande

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

Fördjupningen finns dels i den snabba, kommenterande analysen med berörda och experter i P1-programmet *Studio Ett* eller i den lokala kanalens eftermiddagsprogram, dels i de mer fördjupande berättelserna om ett Sverige i förändring som i kortdokumentärerna *Tendens* eller P4-satsningen *Ett nytt Sverige*.

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

Nästan alla SR:s redaktioner har, inspirerade av arbetssättet ”konstruktiv journalistik”, arbetat med att under 2017 utveckla och förstärka radioberättandet. Det är ett arbetssätt som pekar på vikten av att skildra hela verkligheten, ge flera perspektiv av samma berättelse och bryta den negativa nyhetsdramaturgin som främst speglar verkligheten utifrån elände och katastrofer. Målet på lång sikt är att nå och möta nya lyssnare, utveckla det publicistiska arbetet och stärka det demokratiska uppdraget/samtalet. Vilka är det som hörs? Vilka är det som definierar problemen? Reportrarna ska våga ställa svåra frågor till alla, även personer som befinner sig i utsatta positioner.

Satsningen *#tiomiljoner* är inspirerad av konstruktiv journalistik. Ekots reportrar har träffat människor från hela landet som berättat vad de bryr sig om, och det bildar en mosaik av idéer och tankar som ger uppslag till viktig och engagerande journalistik. Satsningen vann Global Constructive Journalism Award vid den internationella konferensen om konstruktiv journalistik i Aarhus, Danmark.

Fördjupning

I USA präglar president Trump mycket av den politiska agendan. I Europa har viktiga val avlöst varandra. Konflikten i Syrien har gått in i ett nytt skede. Flyktingfrågan fortsätter att engagera och dominera samhällsdebatten. #metoo skakade om. Samtidigt pågår livet som vanligt. Det är där, i skärningspunkten mellan det globala och det lokala, som Sveriges Radio ska ge lyssnarna hela bilden, alltid leta efter fler perspektiv och försöka berätta hela historien.

Efter den snabba nyhetsuppdateringen tar fördjupning och analys vid i Sveriges Radios kanaler. Aktualitetsprogrammen *P1-morgon* och *Studio Ett* analyserar dagens frågor, från morgon till den numera direktsända kvällsupplagan av *Studio Ett* som även sänder extra på helger vid stora nyhetshändelser.

Det nya P4-uppdraget innebär att alla P4-kanaler i stort sett varje dag publicerar en lokal granskning/nyhet som sedan fördjupas och diskuteras i eftermiddagsprogrammet. De lite längre, djupa intervjuerna sänds framför allt på förmiddagstid.

I *Godmorgen, världen!* och *Konflikt* får lyssnarna tillbakablickar på veckan som gått i och utanför Sverige och analyser av vad som ligger i tiden. *Konflikt* sänder också hela program som utgår från ett ämne, exempelvis *Vad är ett medborgarskap?*.

Tillsammans med Ekots reportrar och gäster diskuteras i *Ekonomiekot Extra* veckans mest spännande händelser inom samhällsekonomi och näringsliv.

Nordegren & Epstein i *P1* kommenterar samtiden fyra vardagar i veckan med ett lättare och mer egen-sinnigt tilltal.

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

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

Berättande

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

Programserien *Kluvet land* i *P1* undersöker och berättar om skeenden och förändrade livsvillkor och livsmönster i ett Sverige där människor lever under olika förutsättningar.

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 lokala P4-kanaler människor som under de närmaste åren kommer att skapa sig nya liv Sverige. Ambitionen är att skildra ett Sverige i förändring med utgångspunkt i nyanländas möte med landet och möten mellan människor. Reportrarna följer unga ensamkommande pojkar som vill stanna i Sverige men också en invandringskritiker, en god man och en präst som har öppnat kyrkan för asylsökande. Berättelserna ger olika perspektiv på samma fråga.

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

- Serien *Min spegel* riktade ljuset mot ensamhet som ett av de stora folkhälsoproblemen. Kvinnor och män, unga och gamla, singlar och par berättade om vad det gör med en människa att leva isolerad från omvärlden. *Akademikerjävlar* handlade om klassresor, klassförakt och strävan efter det perfekta livet.
- Var ska de 60 000 nyanlända bo i framtiden? Varför vågar ingen vittna om skjutningarna i de så kallade utanförskapsområdena? I återkommande nedslag i den svenska verkligheten hörs röster från hela Sverige. Komplexa frågor belyses ur många olika perspektiv.
- *P1 Dokumentär Kidnappad av al-Qaida* återskapar Johan Gustafssons fem år i fångenskap i Mali och ger en mångbottnad beskrivning av de umbäranden fångenskapen innebar.

- Det är lyssnarna som berättar sina egna historier i *Svenska berättelser* i P1. I år tog lyssnarnas berättelser steget upp på Dramatens scen och mötte musiker och spoken wordpoeter.
- *Musikguiden* i P3 berättade om den världskände technoartisten Sebastian Mullaert som bor och gör sin musik i Söderåsens nationalpark i Skåne, i en miljö som hämtad ur Sagan om ringen.
- I *P4 Dokumentär Jag vet ju inte vad jag heter!* berättar boende, personal och anhöriga på ett demensboende i Trosa sina historier i ett program om glädje och sorg.

Vetenskap

Vetenskapsradion följer systematiskt särskilt samhällsrelevanta frågor som vilar på vetenskaplig och/eller teknisk grund, som bevakningen av forskning, utveckling och politiska beslut som berör slutförvaret av kärnbränsle.

I *Vetandets värld* ges alla vardagar fördjupningar om vetenskapliga frågor och i *Vetenskapsradions Veckomagasin* samlas och förklaras veckans vetenskapliga händelser.

Miljöprogrammet *Klotet* har varit agendasättande när det gäller frågor som flygskatten, klimatkompensation eller de oförstörbara kemikalierna PFAS. *Klotet* har fått ett utökat format för att ge utrymme att reda ut komplexa frågor som kan vara svåra att få grepp om i nyhetsflödet.

Andra program inom detta område är:

- trädgårdsprogrammet *Odla med P1*
- *Vetenskapsradion Historia* i P1
- *Kropp & Själ* i P1
- *Kossornas planet* i P4 om vetenskap och miljö.

I dokumentären *Hempas kamp* skildrades vad som kan hända när sepsis (blodförgiftning) drabbar en ung människa. Programmen fick stort genomslag också i andra medier.

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

Livsåskådning

Människor och tro i P1 har under året bevakat ämnen som kyrkovalet, samernas relation till andlighet och kyrka och förhållandet mellan religion och nationalism. Den ökande antisemitismen i Europa och USA har skildrats i debatt, reportage, analys och genom utblickar från Umeå, Göteborg och Washington.

En återkommande fråga har varit kopplingen mellan moskébyggen och utländsk finansiering och därmed vilken sorts islam som vinner inflytande i Sverige. Intervjupersoner med olika tro och sexuell läggning har fått berätta om sin syn på religion, tradition och hbtq-frågor. Lyssnarkontakten har stärkts på olika sätt, bland annat genom en utesändning i Almedalen och telefonväxterier.

Gudstjänsten i P1 speglar olika kristna traditioner och sänds från hela Sverige. Gudstjänsten *Hopp och tacksamhet* där Johan Gustafsson, som varit kidnappad i Mali, och hans familj deltog väckte starka känslor och slog rekord i efterhandslyssning.

Under 2017 sändes firandet av muslimska id al-adha och den judiska högtiden jom kippur från en moské respektive en synagoga. 2017 hördes också flera muslimska och judiska andaktsveckor utöver de kristna.

I *Tankar för dagen* i P1 sänds varje dag existentiella reflektioner.

Författaren David Lagercrantz samt dramatikern och konstnären Marianne Lindberg de Geer har svarat på lyssnarnas existentiella frågor i *Allvarligt talat* i P1.

I *Radiopsykologen* i P1 har Allan Linnér samtalat med lyssnare som delar med sig av svåra livserfarenheter. Samtalen rör sig mellan livets alla skeenden som när Camilla berättade att hon sedan hon var liten har plågats av tankar på döden.

I P3-programmet *Psyket* berättade unga välkända profiler om sina egna erfarenheter av psykisk skörhet. Några exempel: Varför dricker jag för mycket? Varför har jag sex fast jag inte vill?

7.2.5 Dokumentärer

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

P1 Dokumentär har ett undersökande uppdrag. 2017 präglades av flera samarbeten mellan Sveriges Radios ämnesredaktioner. *KGB-agenten och oljesmugglingen* var ett samarbete mellan redaktionen och Ekots grävgrupp. Avslöjandet av en internationell smuggelhärva med kopplingar till högsta politiska nivå i Ryssland fick mycket stort genomslag.

I *P1 Dokumentär* hörs även program om sport, näringsliv, kulturporträtt och nära berättelser om enskilda mäniskors livsöden.

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

- *Pojkarna på Resecentrum* berättade om det tidigare okända heroinmissbruket bland unga flyktingpojkar i Uppsala.
- I *Jag tolkar åt pappa* undersöker reportern hur hennes och hennes syskons tolkande åt sin pappa har påverkat relationerna.

P2 Dokumentär har i *Finsk musik i 60-talets fred* skildrat den finska progressiva Sångrörelsen som var agendasättande inom finsk kultur under slutet av 1960-talet och början av 1970-talet.

P3 Dokumentär skildrar stora händelser i Sverige och världen med sikte främst på den unga publiken. Programmen blickar bakåt och gräver i arkiven om händelser i nutidshistorien som skapat avtryck och förändrat vårt sätt att leva och tänka. *P3 Dokumentär* är en publikuccé, den mest nedladdade podden i Sverige och en introduktion till Sveriges Radios stora utbud av dokumentärer.

I *P3 Dokumentär Gängskjutningen på Vår krog & bar* i fem delar berättade flera av de inblandade kriminella och anhöriga till de dödade från Biskopsgården i Göteborg. Lyssnarna fick följa med från fotbollsplanen i förorten till fängelset i en historia om tytnadskultur, svartsjuka, hämnd, mord och droger. I *P3 Dokumentär Hansakatastrofen* hördes överlevarna, barn som förlorade sina föräldrar, dykaren som varit nere för att se vraket och författarna som inte kan släppa historien om torpederingen 1944 av gotlandsbåten S/S Hansa.

Det lokala perspektivet står i fokus i *P4 Dokumentär* genom historierna och genom programmakarna som till största delen är lokala reportrar. Några exempel från 2017:

- *JUSAB-bluffen* om en bedragare i Växjö som lyckas lura alla att han ska starta ett företag.
- I *Göran och Christina – en kärlekshistoria* skildrades paret som möttes på sextiolet på en resa i Afrika, skildes åt men som efter mer än ett halvt sekel möttes igen.
- *Fallet Helena*, en uppmärksammad dokumentär i fyra delar från P4 Skaraborg om ett 25 år gammalt försvinnande som ännu inte fått sin lösning.

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

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

7.3 Kulturuppdraget

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

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

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

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 9)

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

7.3.1 Fördjupat, vidgat och utvecklat utbud

Ett större projekt för att utveckla kulturbekvämheten lokalt och regionalt sjösattes i slutet av 2016 och har byggts ut under 2017. Utbildningar har genomförts för att stärka kompetensen i hela Sveriges Radio kring kultur- och värderingsfrågor, vars betydelse i samhällsdebatten har växt successivt.

2017 startade *Litteraturveckan i P1*, en vecka i april där kulturprogrammen ägnades åt litteratur och läsning. Aktiviteter och inslag från hela landet kröntes med bland annat utdelningen av *Sveriges Radios Romanpris* i en sändning från Kulturens hus i Luleå. Här hördes också nya inslag som direktsändningar från arbetsplatser av 80-årsjubilerande *Dagens dikt*, som också fick stort genomslag genom aktiviteter i sociala medier. Ambitionen är att kommande år utveckla *Litteraturveckan i P1*.

Sveriges Radio Drama har under 2017 fortsatt att utveckla och förnya radiodrama som konstform och även fortsatt arbetet med att nå lyssnare via fler kanaler och plattformar. Här hörs nya format som i *Mackan och Kimme*, med inspiration från humor på YouTube, och i P1-serien *Parmiddagen* med skådespelare som improviserade fram manuset. Improvisationsformen användes också i experimentet *Allt är nu*, som sändes direkt på plats med improviserad dialog. För *P3 Serie* gjordes *Darknet*. Poddserien *Ufopodden i P3*, där lyssnaren guidades genom berättelser om möten med det okända, fick mycket stort genomslag.

7.3.2 Bevakning, spegling och granskning

Kulturnytt sänds i P1, P2 och P4. Totalt sänder Sveriges Radio cirka 25 000 kulturinslag per år spritt över hela kanalutbudet.

Ett större arbete med att utveckla synergierna mellan Sveriges Radios lokala kanaler och den rikstäckande redaktionen för *Kulturnytt/P1 Kultur* har pågått under 2017. Projektet har lett till en rad kartläggningar och granskningar av till exempel barns möjligheter att ta del av kulturskolors utbud. Programmen har

också vid flera tillfällen bevakat och skildrat frågor kring tillgänglighet och möjligheter att ta del av kultur om man har en funktionsvariation.

Sveriges Radio direktsänder det fördjupande kulturmagasinet *P1 Kultur* med debatter och reportage alla vardagar kl. 13.00, två dagar i veckan från Malmö och tre från Stockholm. I timmen ryms essä-programmet *OBS* fyra dagar i veckan samt *Klassikern* en dag i veckan.

Kulturnytt produceras och sänds i olika editioner i P1, P2 och P4 med innehåll och tilltal anpassat till respektive kanals karaktär och målgrupper. Programmet innehåller dels nyhetsjournalistik kring svenskt och internationellt kulturliv, dels kritik, analys och kommentarer som utgår från särskild kunskap inom ett ämne eller ett konstnärligt fält.

Kulturnytt och *P1 Kultur* har fasta medarbetare över hela Sverige, från Malmö till Luleå. *Kulturnytt* i P4 sänds från Göteborg, *Kulturnytt* i P1 sänds till 40 procent från Göteborg.

I *Lundströms Bokradio* på lördagar guidas lyssnarna i författardiskussioner kring litteratur och skrivande. I programmet ryms även *Bokcirkeln* som sänds säsongsvis.

Filosofiska rummet, som diskuterar klassiska och nutidens stora frågor, produceras till hälften i Malmö och till hälften i Stockholm.

Granskande och skildrande kultur kan också vara satiriskt drama, som i *Utkantssverige* som sänds inom ramen för *Godmorgen, världen!* i P1. Under året har yngre debutanter hörts i *Drama i P1* och gett sina bilder av dagens Sverige som i *Dejtingguiden* och *Otrogen mot min man*.

Kulturprogrammen har haft ett särskilt fokus på 100-årsfirande Finland. *Radioföljetongen & Radionovellen* har gjort en satsning på att lyfta fram finländska författarskap och verk, *Lundströms Bokradio* har gjort program om och med finländska författare, *P1 Kultur* har sändt från Finland och även sändt Svenska YLE:s serie om Tove Jansson.

Sveriges Radio har som enda medieföretag i Sverige en särskild kulturkorrespondent vars uppdrag är att bevak, skilda och fördjupa kulturliv och värderingsdebatter i olika delar av världen. Kulturkorrespondenten har hörts från exempelvis den dramatiska utvecklingen i Katalonien, öppningen av det spektakulära Louvren i Abu Dhabi och från det politiskt laddade Argentina.

I *P3 Nyheter* är populärt kulturen en integrerad del i nyhetsrapporteringen. Redaktionen utvecklar successivt nyhetsförmedling i sociala medier för att nå unga lyssnare. *PP3* är en dagsaktuell talkshow om den popkulturella världen.

Musikguiden i P3, en av landets största musikjournalistiska redaktioner, bevakar och guidar till den nya musiken och dagens musiktrender. I programmen speglas och granskas musikvärlden genom reportage, gäster och konserter.

P3 är en del av det unga musiklivet och ger plats åt oetablerade musiker och låtskrivare i bland annat *Kronologen* från *Musikguiden i P3* där lyssnaren lotsas genom en artists musikaliska livsbana. I *Musikguiden i P3: Gästredaktör* berättar artisterna om sig själva genom musiken de influerats av. *Musikguiden i P3: DJ-set och mixar* guidar till ny musik i olika genrer.

I Sveriges Radios lokala kanaler hörs återkommande rapportering om det lokala kulturlivet och bevakning av exempelvis politiska beslut som påverkar förutsättningarna för lokalt och regionalt kulturskapande.

Exempel på detta är hur P4 Sjuhärad granskat Stadsteaterns i Borås interna konflikter och planer på att kraftigt skära ned på egen produktion. P4 Väst granskade och startade en debatt om bildkonstnärernas villkor vid utställningar. P4 Gotlands granskning av bråk kring Bergmancentret gav genomslag i hela Kultursverige och hördes även i *Kulturnytt i P1/P2*.

De lokala kanalernas granskningar får effekt: P4 Kronobergs granskning av ett stort och felaktigt genomfört kommunalt konstinköp fick kommunen att ändra sitt arbetssätt. Granskningen i P4 Kalmar av vidlyftig representation bland chefer inom offentligt finansierade Länsmusiken är ett liknande exempel.

I de lokala P4-kanalerna hörs också kulturskapare i vid mening, såväl lokalt och regionalt förankrade som gästande personer. Uttryck för detta är exempelvis P5 STHLM som under 2017 utvecklat en topplista för unga artister i huvudstaden och P4 Östergötlands satsning på *Östgötahitten*.

Kanalerna sänder från kulturhändelser som kan vara starkt lokalt förankrade eller fönster mot omvärlden. Ett exempel är P4 Sörmland som sände från såväl Torshällas 700-årsjubileum som från ett samarbete med Eskilstuna kommun i anslutning till Finlands självständighetsdag.

7.3.3 Kulturproduktion

Sveriges Radio Drama producerar och introducerar drama för radiolyssnarna. Exempel från 2017 är bland annat att Marie-Louise Ekman skrev och regisserade *En krumelur helst i första akten* med Jan Malmsjö och Marie Göransson där materialet byggde på inspiration från dramatikerns och de medverkande skådespelarnas liv. Ett annat exempel är när Sveriges Radio Drama för första gången i Sverige presenterade den franska författaren Marie N'Diaye som dramatiker med *Ormarna*.

I *Radionovellen* hörs verk av svenska författare specialskrivna för Sveriges Radio. Varje år nominerar en jury fem av novellerna från det gångna året. Lyssnarna får rösta fram vinnaren av *Sveriges Radios Novellpris* vilket 2017 tilldelades Lina Ekdahls *Rent bord*.

Vetenskapsradion har under rubriken *Interplay* inlett ett samarbete med Berwaldhallen med miniseminarier i anslutning till konserter.

Humorn i P3: Scenen visar den växande humorscenen i Umeå. I en restaurangkällare i centrala Umeå testar nybörjare att stå på scen för första gången. Programmet har också samarbetat med lokala kulturstiftningar i Umeå.

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

I 2017 års attitydundersökning svarade 69 (73) procent att *SR är viktig för kulturupplevelser*, 42 (43) procent att *SR har ett brett utbud av kultur* och 31 (33) procent att *jag hittar kultur som jag tycker om*.⁶⁰

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	9 728	9 523	9 025	8 995		
Parallelssändning	724	776	928	902		
Repris	1 114	1 474	1 505	1 414		
Totalt	11 567	11 773	11 458	11 311		

7.3.4 Tillgängliggöra kultur

Publikens röst har makten över Sveriges Radios *Romanpris i P1* där en lyssnarjury utser årets vinnare efter läsning av de nominerade böckerna och överläggningar i sändning. 2017 tilldelades Caterina Pascual Söderbaum priset postumt för *Den skeva platsen*. Myndigheten för tillgängliga medier (MTM) säkrar att de böcker som är nominerade finns tillgängliga som talböcker.

Dagens dikt i P1 har successivt förnyats och firade under året 80 år i riksradion. Nyskriven svensk lyrik växlas med introduktion av klassiska dikter och författarskap från hela världen. I *Litteraturveckan i P1*

⁶⁰ Novus Group, Attitydundersökningen december 2017. Siffrorna inom parentes avser 2016.

lyftes *Dagens dikt* fram med direktsändningar från arbetsplatser. Lyssnarna hade också bjudits in att välja verken som lästes under veckan.

I *Barnradions Bokpris* är det en jury med barn 9–12 år som utser vinnaren. Inom ramen för *P1 Kultur* får lyssnarna höra jurysamtalen och tillkännagivandet av vinnaren i P4 och i P1.

Sveriges Radio tillgängliggjorde verk av Nobelpristagaren Kazuo Ishiguro till en bred publik dels med utsändning i *Radioföljetongan* av romanen *Never Let Me Go*, dels med dramatisering av novellen *En by när mörkret lagt sig (A Village after Dark)*.

Drama-arkivet ger publiken tillgång till gamla klassiker och äldre material i sändning och på digitala plattformar. Sedan bildandet av Sveriges Radio Drama har arbetet fortsatt med att nå ny publik utanför FM-sändningarna. En sociala medier-redaktör kommunicerar med publiken och producerar filmer och trailrar för att hjälpa nya publikgrupper att hitta till SR:s dramautbud. Förutom P3- och P4-serier utvecklar Sveriges Radio Drama också serieformatet i P1 inför 2018 för att möta nya lyssnarmönster med ökad podd- och efterhandslyssning.

P4:s lokala kanaler är Sveriges största scen för lokal kultur. Över 20 000 lokala kulturinslag sänds varje år i FM. Sveriges Radios lokala kanaler tillgängliggör regelbundet bland annat musik från det lokala kulturlivet med livespelningar i studio, men också från festivaler och arrangemang lokalt och regionalt. Ett exempel är P4 Västmanland vars deltagande i Västerås Kulturnatt innebar att kanalen hade öppet hus med livemusik, workshoppar, fotoutställning och öppen mikrofon för uppläsning av dikter.

I *Magiska skrinet* tillgängliggörs sagor för barn på minoritetsspråk, se avsnitt 7.6.

7.3.5 Samarbete med kulturinstitutioner

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

Litteraturveckan i P1 avslutades med direktsändning av *P1 Kultur* från Kulturens hus i Luleå där också Sveriges Radios Romanpris delades ut och *Radioföljetongan/Radionovellen* presenterades för publiken.

Elektroniskt i P2 och SR Drama samarbetade om ljudverket *Skåningar* som framfördes på Ljudkullen i Scaniaparken i Malmö i samarbete med festivalen Sommarscen Malmö. Under festivalen spelades även SR Dramas *Brev till en krigerska*.

På Turteatern i Kärrtorp anordnade SR Drama en livelyssning av *Giraffen*. Föreställningen *What's Life* producerades i samarbete med Backa Teater i Göteborg och spelades också upp där.

P1 Kultur har genomfört sändningar från bland annat Nobelmuseet i Stockholm, Båstad kammarmusikfestival, Umeå Jazzfestival och Göteborg Film Festival.

Andra exempel på samarbete är *Filosofiska rummet* som sände en diskussion om pjäsen *Antigone* från Dramaten i Stockholm.

Sveriges Radios lokala kanaler genomför under ett år ett mycket stort antal samarbeten med regionala och lokala kulturinstitutioner, festivaler med mera. Dessa samarbeten kan se ut på många olika sätt:

- P4 Södermanland har samarbetat med Kulturskolan i Katrineholm kring projektet Skapande Skola, där en del av de intervjuer som gjordes med barn i mellanstadieåldern sändes i kanalen.
- P4 Uppland har vid åtta tillfällen samarbetat med Stadsbiblioteket i Uppsala och där intervjuat kända författare. Intervjuerna har även spelats in och sänts i lokala program (delar) och på webben.
- Under sommaren har P4 Gotland genomfört ett samarbete med Gotlands Museum för att fördjupa kunskapen kring öns historia.

Samarbete kan också vara att visa Sveriges Radios innehåll på nya sätt, som när P4 Norrbotten och P4 Västerbotten samarbetade med Folkets Bio om *RadioBio* och där presenterade Sveriges Radios utbud av dokumentärer, drama och litteratur.

Tabell 14. Samarbeten med kulturinstitutioner, antal utsändningar

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Rikskanaler	752	700	755	764		
Lokala kanaler	1 649	1 483	1 940	2 250		
Totalt	2 401	2 183	2 695	3 014		

Tabell 15. Samarbeten med kulturinstitutioner, antal timmar

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Rikskanaler	1 014	842	820	871		
Lokala kanaler	778	1 040	2 143	2 783		
Totalt	1 792	1 882	2 963	3 654		

Ökningen för lokala kanaler avser i huvudsak P5 STHLM:s samarbete med Kulturhuset i Stockholm, som 2017 fått helårseffekt.

7.3.6 Musik

Musik är en stor del av Sveriges Radios kulturuppdrag och 61 procent av det totala utbudet utgörs av musik. Musikutbudet 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 dels som flöde i program, dels i specialprogram om genrer, epoker och artister samt 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, inklusive P1, har en tydlig musikpolicy att förhålla sig till med uppsatta mål kring framför allt svensk musik, svenska upphovsmän och sång på svenska. Varje kanal erbjuder ett eget musikaliskt uttryck i relation till publiken.

En utgångspunkt för musikurvalet är en jämn fördelning mellan manliga och kvinnliga utövare. Avsikten är att uppnå ett mer jämnt 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 har ökat i samtliga kanaler under de tre senaste åren.

Sveriges Radio tar ett särskilt ansvar för musik av svenska upphovsmän och med svenska artister och utövare och för musik på det 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. Några exempel är *Musikplats Stockholm* i P4 Stockholm där artister och grupper uppträder live varje vecka och utsändningen av 2017 års dansbandsgala *Guldklaven* som fick 980 000 lyssnare i P4.

Populärmusik

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

P3 bevakar den nya musiken och gör musikjournalistiska program som speglar och granskar musikvärlden. P3:s musikjournalistiska program håller jämställdhetsmålet på 50/50 vad gäller musiken som spelas. Musikflödet präglas av nyfikenhet och ger lyssnarna bra koll på trender. I urvalet av musik och gäster täcks musik från stora delar av världen in i olika genrer, och artister med olika slags bakgrund hörs i programmen. P3 är en del av det unga musiklivet och ger plats åt oetablerade musiker och låtskrivare. Kanalen bevakar och spelar in levande musik på många platser där utövare och publik är unga. Egeninspelad livemusik är en del av musikutbudet, och här möter lyssnaren de välkända namnen såväl som de unga, oetablerade och i första hand svenska artisterna.

Det dagliga magasinet *Musikguiden i P3* rymmer dagsfärsk musik, intervjuer, reportage och livemusik. Formatet för *P3 Session* har under 2017 utvecklats mot den unga publiken. I liveuppdraget finns också programpunkten *Dyker upp* där lyssnaren får en intim musikträff med en artist i artistens miljö som ett sätt att spegla musiklivet utanför storstäderna. Under sommaren sändes *Musiken i P3: Europahits* med utblick mot Europas trender och musikliv.

Musikguiden i P3 bevakar och sänder från stora svenska musikfestivaler som Brännbollsyran i Umeå, Bråvalla Festival i Norrköping, Öland Roots, Way Out West i Göteborg och Popaganda i Stockholm. Redaktionen har också ett nyhetsuppdrag. Programmet har direktsänt ett antal galor under året, bland annat *One Love Manchester*, en välgörenhetsgala och hyllningskonsert för dem som föll offer för terrordådet vid Ariana Grandes konsert. Sändningen tillhandahölls av BBC via EBU och sändes i över 18 länder.

I Sveriges Radios lokala P4-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* och *Svensktoppen* samt det journalistiska musikmagasinet *P4 Musik* 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 och Melodifestivalen är några exempel. Det lokala musiklivet speglas bland annat genom musiktävlingen *P4 nästa*. Tävlingen har bytt namn från *Svensktoppen nästa* för att tydligare visa tillhörighet till P4 och den lokala musiken.

I *Teen Scene* i P4 fick lyssnarna unika berättelser, anekdoter och samhällsskildringar i kortformat varvat med 50-talsrock.

För den äldre publiken finns webbkanalen P4 Plus som ibland även sänds i FM, se avsnitt 6.2.

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. Konserter från Berwaldhallen sänds i P2 fredagar kl. 19–21.30 under större delen av året. Delar av konserterna repriseras även i P2 i programmen *Klassisk Förmiddag* och *Musik mot midnatt*.

Sveriges Radio beställer varje år ny musik av framför allt svenska tonsättare åt Sveriges Radios Symfoniorkester, Radiokören och P2. Utgångspunkten för beställningsverksamheten är ett jämfört musikutbud. Under året har P2 bland annat beställt verk av Anders Jormin, Hanna Hartman, Malin Wättring och finske Sebastian Hillis i samarbete med EBU och kompositionstävlingen Rostrum.

Ensembler i olika delar av Sverige har uruppfört flera nyskrivna verk, som till exempel verk av Anders Nilsson, Benjamin Staern, Emmy Lindström och Andrea Tarrodi.

P2 har också gjort en satsning på nyinspelning av äldre svenska operor. Helena Munktells opera *I Firenze* hade legat bortglömd i över hundra år, och uppförandet i Berwaldhallen fick stort medialt genomslag. P2 direktsände också den unika uppsättningen av Richard Wagners Nibelungens ring från Kungliga Operan i Stockholm med Nina Stemme i en av huvudrollerna. Tablån rentsades för sexton timmar opera.

Kulturskolan Stockholm har startat en verksamhet som bygger på El Sistemapedagogiken för elever i års-kurs 1 och 2 i Kista. *Klassisk morgon* i P2 har följt en grupp elever som har berättat om vad de lärt sig om instrument och musikstycken. Utifrån lyssnarnas tips har *Klassisk morgon* gjort spellistor som skolan har använt till sina elever.

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 2017. Hälften av utbudet har kvinnlig medverkan, det vill säga med kvinnor som bandledare eller i annan framskjuten roll.

Folkmusik

Inom genren folkmusik ryms visa, folk- och världsmusik samt konstmusik från andra kulturer än den västerländska. Samarbeten med svenska arrangörer och en stor andel musik med svenska utövare och upphovsmän formar utbudet. Här ingår även internationella utblickar.

Folkmusiken finns främst i P2 och domineras helt i programmet *Klingan* samt i webbkanalen P2 Världen. Den årliga Folk- & Världsmusikgalan sändes 2017 från Helsingborg.

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

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

EBU och musiken

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

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

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

Tabell 17. Musik – marksänd tid med undergrupper, timmar

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Fonogrammusik						
Populärmusik olika genrer	74 003	75 150	74 142	74 579		
Konstmusik	8 274	6 658	6 739	6 707		
Jazzmusik	189	278	349	273		
Folkmusik	5 330	5 325	5 213	5 175		
Totalt fonogrammusik	87 796	87 410	86 444	86 734		
Levande musik						
Populärmusik olika genrer	1 718	1 758	1 652	1 646		
Konstmusik	3 468	5 127	5 168	5 113		
Jazzmusik	245	159	160	159		
Folkmusik	95	80	80	80		
Totalt levande musik	5 526	7 124	7 060	6 998		
Totalt musik	93 321	94 534	93 504	93 732		

7.3.7 Berwaldhallen

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

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2017, 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.

Berwaldhallen tar ett särskilt ansvar för musik av svenska upphovsmän och med svenska artister och utövare. 2017 beställdes P2 och Berwaldhallen totalt 13 verk av svenska tonsättare.

Under 2017 har flera kvinnliga dirigenter gjort gästar i ensemblerna, såsom Joana Carneiro, Barbara Hannigan och Susanna Mälkki.

Helena Munktell med den återfunna operan *I Firenze* samt Britta Byström, Victoria Borisova-Ollas och Sofia Gubajdulina är exempel på kvinnliga tonsättare under året. Andra svenska tonsättare har bland annat varit B Tommy Andersson, Ingvar Lidholm och Bernhard Crusell samt Sven-David Sandström som firade 75 år med ensemblerna.

Tobias Ringborg och 90-årsfirande Herbert Blomstedt är exempel på svenska dirigenter som lett orkestern.

Berwaldhallen strävar efter att öppna verksamheten för fler genom att testa nytt både vad gäller konsertformer och programsättning. Berwaldhallen fortsätter också att utvecklas till en mötesplats för samtal om konstens och musikens roll i ett demokratiskt samhälle. 2017 anordnade Berwaldhallen tillsammans med Kungliga Musikaliska Akademien, Musikverket och Svensk Scenkonst det andra rikstinget för västerländsk konstmusik. Representanter från svenska kultur- och musikliv träffades i Radiohuset i Stockholm med målet att stärka konstformens roll i samhället.

Berwaldhallen ska vara en plats för intellektuell stimulans med utgångspunkt i musiken och därfor fortsatte den folkbildande serien *Interplay*, med föreläsningar i anslutning till konserter även under 2017. Teman har varit *Om musik, bild och skapande, I klimatförändringens tidevarv – finns fortfarande naturen?, Bergslandskap och glaciärer, Tidsuppfattning och minne* samt *Musik och fysik vid 1900-talets början*.

Konsertverksamheten med Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören förutsätter möten mellan internationella artister, Sveriges Radios egna musiker och sångare och den publik som besöker konserterna. Utbytet görs i form av gästande dirigenter, solister och artister samt turnéverksamhet.

Turné är en grundförutsättning för att kör och orkester ska kunna fortsätta att prestera på internationell toppnivå. Här ges tillfälle att exponera ensemblerna och att skapa nya kontakter för fortsatt samarbete.

Sveriges Radios Symfoniorkester har 2017 besökt Tyskland, Österrike, Schweiz och Italien tillsammans med chefsdirigent Daniel Harding, bland annat med gästspel på anrika La Scala-teatern i Milano. Radiokören har under 2017 gjort flera svenska scener som konserthusen i Västerås och Örebro. Under hösten 2017 genomfördes turné till Japan, Danmark och USA med konsert på bland annat Lincoln Center i New York tillsammans med chefsdirigent Peter Dijkstra.

Svensk körmusik premieras och Radiokörens samarbete med dirigenter från Kungliga Musikhögskolan i Stockholm är viktigt för att säkra återväxten inom svensk körsång.

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

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

För att uppnå ett mer jämställt musikliv eftersträvas en jämn fördelning mellan manliga och kvinnliga upphovsmän och utövare.

Orkestern har 44 procent kvinnor och 56 procent män, i kören är fördelningen 50/50.

Berwaldhallen arbetar systematiskt för ökad jämställdhet även bland tonsättare och dirigenter. Begränsningar finns dock eftersom kvinnor historiskt sett är kraftigt underrepresenterade bland tonsättare och de kvinnor som valt dirigentyrket är få.

När det gäller samtida musik är jämställdheten bland tonsättarna högre än för äldre verk. Den historiska repertoaren domineras Berwaldhallens program så den totala andelen kvinnor bland tonsättarna är ännu relativt låg.

Bland dirigenter är kvinnorna fortfarande få, då yrket länge ansågs lämpa sig bättre för män. Att det tar lång tid att uppnå en konstnärlig kvalitet i nivå med Berwaldhallens ensembler bidrar ytterligare till obalansen. Mot den bakgrunden är andelen kvinnor bland de dirigenter som anlitas tillfredsställande.

För solister fluktuerar fördelningen mellan kvinnor och män över tid, eftersom repertoaren styr. Särskilt gäller det val av sångsolister då solopartier är skrivna för vissa röstfack.

Östersjöfestivalen

Festivalen fortsätter att samla musiklivet runt Östersjön till Berwaldhallen och Sveriges Radio. 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. Totalt medverkade tolv ensembler och 33 solister i de tio konserterna under festivalen. Den betalande publiken i Berwaldhallen uppgick till drygt 9 000 personer

I samarbete med bland andra Urikespolitiska institutet och Sveriges Radios kulturredaktion anordnades tolv seminarier med cirka 100 deltagare per seminariet om det politiska läget kring Östersjön. Dessa seminarier sändes i P1.

Kammarmusik i Berwaldhallen

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

Verksamhet för barn och unga

Berwaldhallen arbetar med nya koncept för barnverksamheten såsom nya former för samarbetet med El Sistema. Radioapans konserter har lettas av dirigenten Marit Strindlund, barnen har kunnat gå på konsert i Mumindalen och de har sjungit barnsånger i en sing-a-long med delar av Radiokören.

Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören har samverkat med olika aktörer under 2017 för att nå musikintresserade barn och ungdomar. Kungliga Musikhögskolan, Sveriges Ungdomskör och El Sistema Stockholm har samarbetat med ensemblerna. Lucia med Nacka musikklasser och Julkonserter med Adolf Fredriks Musikklasser har också stått på programmet.

2017 års Öppna Hus var riktat mot den unga publiken och hade brassmusik i fokus. För äldre barn och ungdomar finns *Moment 23* med fri entré till ordinarie konserter för alla under 23 år.

Beställningsverksamheten

Sveriges Radio är den största beställaren i Sverige av nyskriven musik inom genrerna nutida konstmusik, jazz och folk- och världsmusik. SR:s och Berwaldhallens beställningsverksamhet riktar sig främst mot svenska tonsättare men även internationella tonsättare får beställningar. Carl Unander-Scharins *Calligrammes* och installationen *Himmelsk mekatronik* samt *Diagonal musik* av Brita Byström liksom Jacob Mühlrads *Kaddish* är beställningsverk som har uruppförts under 2017.

7.3.8 Nordisk kulturgemenskap

Samarbetet och banden mellan Sveriges Radio och public service-bolagen i de andra nordiska länderna, danska DR, norska NRK, isländska RÚV och finska YLE, är sedan länge väletablerade och starka. Det handlar om kunskaps- och erfarenhetsutbyte inom omvärldsanalys, programutveckling, HR-frågor, kompetensutveckling samt teknik- och distributionsstrategier vid årliga möten och konferenser. Bolagen har också haft möten på vd-nivå för strategiskt kunskapsutbyte.

Minoritspråksredaktionerna Sameradion och Sisuradio samt lokala P4-kanaler som gränsar till ett nordiskt grannland står för en stor del av programsamarbetet. Sameradion samsänder och återutsänder nyheter, aktualiteter och kulturprogram med NRK och YLE Sápmi. Sveriges Radios utrikeskorrespondenter hörs ofta i NRK och i Svenska YLE.

SR Drama möter årligen sina nordiska kollegor under en konferens. På agendan 2017 stod kunskapsöverföring och idéutveckling kring radioteater som konstform.

Några exempel på programsamarbeten under 2017:

- Ekots sändningar har hörts i NRK Alltid Nyheter.
- P1:s samarbete med Svenska YLE kring utsändning av SR-produktioner har fördjupats under 2017 med program som *Odla med P1*, *Stil*, *Språket*, *Meny* och avsnitt av *Sommar i P1*.
- P1 Kultur har återutsänt Svenska YLE:s serie om Tove Jansson.
- Vetenskapsradion har samarbetat med Svenska YLE, NRK, DR och SVT om bland annat journalistik i klimatfrågor samt med NRK om att förenkla sändning av nyheter och reportage i NRK Alltid nyheter. Svenska YLE sänder sedan tidigare reportage och program från Vetenskapsradion.
- Tina Mehrafzoon från *Musikguiden i P3* har föreläst och medverkat i panel vid P3 Gull, NRK:s motsvarighet till *P3 Guld*.
- P4 Jämtland samarbetar med NRK Trøndelag genom att journalister från Norge och Sverige deltar i program och berättar om aktuella händelser, ofta med kulturanknytning.
- P4 Västerbotten har inlett ett samarbete med YLE i Vasa. Starten var Finlands vecka där medarbetare från Sveriges Radio sände från Österbotten och gjorde reportage med fokus på svenskbygderna och det svenska språket i Finland. Avsikten är detta ska följas upp under 2018 med en omvärd satsning då YLE-medarbetare tillbringar en vecka i Umeåtrakten.

Genom avtal med Landskapsregeringen på Åland sker sen många år en vidaresändning av utbudet i P1, P2, P3 samt P4 Stockholm.

Som en del i omvärldsbekynningen och samarbetet mellan de nordiska public service-bolagen finns flera olika konstellationer för att dela kunskap och idéer kring teknik och teknisk utveckling. Exempel på detta är det nordiska teknikchefsmötet och Nordvisions möte för digitala redaktions- och teknikchefer där utbyte och samarbete sker aktuella projekt, upphandlingar och innovationer.

Samarbeten och utbyten kring utveckling och teknik finns även på projektnivå, där innovativa och intressanta projekt delar med sig av kunskap och lösningar till de andra bolagen. Exempel på detta är SR:s kontributionslösningar och arbetet kring Radiohus Next Generation, NRK:s metadataprojekt Origo, DR:s kontrollsysteem för broadcastmiljöer och YLE:s arbete med agila arbetsmetoder.

7.4 Barn och unga

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

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

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

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

Detta skiljer Sveriges Radio från tv-bolag som genom textning kan sända på andra språk och därmed kan köpa in eller byta format mellan länder och kan dela produktionskostnader.

Tabell 18. Marksänd tid för svenska-språkiga barn och unga, timmar

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Barn upp till 12 år	5 372	5 374	5 325	5 311		
Ungdomar 13–19 år	20 067	14 907	14 924	15 044		

7.4.1 Barnutbudet

Målgrupperna för Sveriges Radios svenska-språkiga barnutbud är yngre barn upp till åtta år och äldre barn 9–12 år. Merparten av FM-utbudet sänds i familjekanalen P4 och under sommaren även i P1. Barnprogram på de nationella minoritetsspråken sänds i P2, och detta utbud redovisas i avsnitt 7.6. För mindre barn finns även *Radioapans knattekanal* i DAB med välkända visor och musik kl. 06–20 alla dagar året om och där *Radioapan* bidrar med finurliga texter mellan låtarna.

Det utbud som beskrivs i detta avsnitt är marksänt. Hela utbudet kan även lyssnas på via internet, direkt eller i efterhand.

Barnradion på Sveriges Radio

Ett uthålligt arbete med att producera det bästa radioinnehållet för barn utifrån barns egna villkor har gett resultat. Barnradion vann fem priser på New York Festivals för bäst radio i världen för barn med produktionerna *Den oändliga historien*, *Min flykt* och *Barnmorgen med Farzad*.

Vid Nordic Kids Media Festival vann *1000 modiga frågor* Inclusion Award för inkludering av barn med olika sexuell läggning, bakgrund, funktionsvariation och kultur.

Barnradions mål och metoder

Barnradion är till för barnen. Programmen ska förmedla nyheter och fakta till barn utifrån barns egna villkor och erbjuda dem konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen. Det är ett medvetet och noga planerat innehåll utifrån redaktionens ledord närhet och angelägenhet, oavsett om det gäller nyheter, samhällsprogram, kultur eller musik.

Barnradion måste ha god kunskap om målgruppen och ständigt arbeta med programutveckling. Kunskapen inhämtas genom lyssnings- och fokusgrupper samt besök på skolor och förskolor.

Barnradion ska även bjuda på storlagna 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 barns olika levnadsvillkor och vara tillgängligt för alla barn.

Möten och dialog med barnen

Alla medarbetare på Barnradion förväntas möta barn i målgruppen en dag i månaden – besöka en förskola, ta emot ett studiebesök eller åka till en skola eller fritidsgård. Vid besöken spelar delar av utbudet upp, och deltagarna pratar om radio och intressen.

Samarbeten med skolor som i *Barnradions bokpris* och *Superpodden* eller besök på skolor är avgörande för att kunna veta vad som behöver programutvecklas utifrån barnens egna villkor. I dessa samtal har Barnradion bland annat fått veta hur äldre barn resonerar kring nyheter, vilken typ av tema när det gäller konstnärliga upplevelser de äldre barnen är intresserade av och hur de lyssnar på program. Denna kunskap påverkar både programinnehåll och utformning.

De äldre barnens önskan kring tema flykt och integration har mötts med en satsning som dramatiserar nya anlända äldre barns dokumentära berättelser. Arbetet påbörjades 2017 och ska fortsätta även under 2018. Barnradion har också mött målgruppens önskan om fler frågor kring könstillhörighet och kognitiv funktionsvariation i programmet *1000 modiga frågor*.

Nyheter i Barnradion bjuter in skolklasser och besöker skolor. Alla dessa besök och utbyten bidrar till att redaktionen kan anpassa kunskapsnivån till målgruppen och deras nyhetsintresse. Flera av de största nyheterna som programmet har berättat om, kommer från skolklasser och elever redaktionen har träffat.

Barnradion samarbetar 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 populära evenemang där Barnradion fick tillfälle att möta sin publik.

Det ska vara lätt för publiken att hitta program för barn, och det ska vara lätt för Barnradion att nå publiken. Det innebär att Barnradions program finns på Youtube, skolbibliotek, festivaler och förskolor. Ofta når 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.

För äldre barn 9–12 år är målet att varje år programutveckla minst två av produktionerna. 2017 har Drama för unga samt *1000 modiga frågor* utvecklats.

Drama för unga utvecklade 2017 ett nytt format för programmet *Superpodden* med ambitionen att låta barnen vara med och påverka en historia från början via genomförande till avslutning. Programmet handlar om två flickors till synes odramatiska vardag i en helt vanlig skola och deras frågor och tankar. Barnen, som kom från en mellanstadieskola i en Stockholmsförort, fick skriva manus, skådespela och improvisera.

Arbetet med att vidareutveckla prisbelönta *1000 modiga frågor* har fortsatt. Programmet utgår direkt från barnens egna frågor, och i samtal med barnen har redaktionen ändrat inriktning på frågor och fördjupat ämnen. Ett exempel är att frågor kring kognitiva funktionsnedsättningar har lyfts fram. Även frågor kring sexuell läggning och könstillhörighet har fått mer plats då en av paneldeltagarna är född med ett biologiskt kön men upplever sig som ett annat.

Även julkalendern har programutvecklats. För att inkludera barn med syn- och hörselnedsättning bestod 2017 års kalender *Marvinter* av en radiokalender i FM och ett app-spel.

Nyheter och fakta

De yngre barnen

Barnmorgen med Farzad som sänds varje vardagsmorgon kl. 06.50 i P4 utgår från ämnen som barn från hela Sverige ringer in om. Programmet är barnens egen hörna och bygger uteslutande på samtal med de mindre barnen. Det kan handla om allt från en nyhet som de har hört och vill prata om, till flickan som berättar om sin mamma som har fått diagnosen adhd. *Barnmorgen med Farzad* har blivit ett viktigt program för att lyfta fram barn.

I dokumentärserien *Min flykt i Barnradion* fördjupas berättelsen om de nyheter som vi ser mycket av – att tvingas lämna sitt land för att själv eller tillsammans med sin familj bygga upp ett nytt liv i Sverige. Serien följer fem barn från Syrien, Iran och Senegal under fem års tid och är direkt anpassad för de yngre barnen.

De äldre barnen

Varje lördag sänds *Nyheter i Barnradion*. Programmet förklrarar och rapporterar om nationella och internationella nyheter anpassat för barn. Barn från hela landet, barn som lever under olika ekonomiska villkor samt barn med funktionsvariationer medverkar i programmet. Barnen i den återkommande nyhetspanelen kommer från bland annat Sverige, Indien och Somalia.

Nyheter i Barnradion har under året tagit upp ämnen som fejkade nyheter, jämförda löner, idrottsföräldrar och åldersgräns på sociala medier. Redaktionen har träffat Ahmad som kom som ensamkommande flyktingbarn, Noha som spelar basket i slöja, barn som flytt från Mosul och IS-skräckvälvde och Swea, vars föräldrar har familjehem, och som berättat hur det är att få nya ”syskon”. För att arbeta med tillgängligheten anpassas innehållet varje vecka.

Varje vecka sänds ett sportreportage i *Juniorsporten*. I inslagen medverkar och hörs barn. Vikt läggs vid de socioekonomiska aspekterna av olika sporter, som att ridning och hockey är dyrt, samt vid neuro-psykiatriska funktionsnedsättningar.

1000 modiga frågor har fått utökad sändningstid under 2017. Programmet har gått från att vara en del i *Nyheter i Barnradion* till att bli ett eget program i P4 varje söndag. Dialog med och mellan barn domineras innehållet. Utöver FM-sändningarna har *1000 modiga frågor* en kanal på Youtube och en podd som publiceras varje vecka. Under 2017 har samtalens kognitiva funktionsvariationer utvecklats.

Barnradions Bokpris är ett litteraturprogram som sänds i P1 och P4 och som bygger på analys, läslädje och diskussion tillsammans med en barnpanel. Barnen läser de nominerade böckerna och avgör vilken bok som är den bästa. Programmen når barn, föräldrar samt pedagoger och lockar till läslust och djupare förståelse för texter.

Vi i femman, som är Sveriges största kunskapstävling för barn, sände 2017 sin femtiofjärde säsong med 75 000 barn från hela landet. Samarbetet med klasser och lärare fördjupades för att ta fram för målgruppen relevanta frågor. Ytterligare ansträngning lades på att anpassa uttagningsfrågorna så att fler barn med annan bakgrund än svensk skulle ha en rimlig chans att besvara frågorna. Uppskattningsvis hade drygt 20 procent av de tävlande barnen annan bakgrund än svensk. Även vissa av frågorna var specifikt inriktade på mångfald. Arbetet med att coacha barn som är i behov av extra stöd har fortsatt under 2017.

Kulturella och konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen

De yngre barnen

För barn upp till åtta år sänds kvällsprogram varje vardag i P4 på en tid delad med Utbildningsradion. Utbudet innehåller både klassiska och nyskrivna sagor med musik, dramatik, ljud, röster, språk och dialekter. Sagorna visar hur villkoren i Sverige ser olika ut, socioekonomiskt och geografiskt. *Veckan före barnbidraget* handlade om en mamma och dotter som hade ont om pengar och hur det är, ett inte alltför vanligt ämne i barnböcker.

Magiska skrinet är ett samarbete mellan Barnradion och redaktionerna för de nationella minoritets-språken. Årets saga *Elsa i Saajvoe-kungens rike* utspelar sig i Sameland.

Tillsammans med en förskola i en Stockholmsförort producerades *Magiska skogen*, en normkreativ och lekfull musikal, där barnen själva har varit med och bestämt vad musikalen ska handla om.

Inger och Lasse Sandbergs berättelser om *Pulvret* som bor hos mormor och morfar är enkla berättelser om viktiga saker. Berättelserna skildrar fint vänskapen mellan gammal och ung. *Pulvret* var också en av satsningarna för mindre barn med kognitiv funktionsnedsättning.

Trollet med den gula kepsen var ett drama för barn om ett troll och en råtta som utspelar sig i Harsa i Hälsingland.

Under 2017 har Barnradion sändt sagor som utspelar sig i bland annat England och Peru (*Paddington*), östra Afrika (*Amos och Soma*) och Palestina (*Pojken, flickan och muren*). *Paddington* är en berättelse om den lilla björnen från Peru som invandrar till Storbritannien och flyttar in hos en familj i London. Kristina Issa från Syrien skrev musiken med ett aktuellt ämne om att bli accepterad för den man är. Ulf Stark har skrivit *Amos och Soma*, en saga om kärlek som utspelar sig i Afrika där eldflugorna dansar. Ulf Stark skrev även *Pojken, flickan och muren* efter en resa till Palestina. Berättelsen bygger på samtal med barn på Västbanken.

De äldre barnen

Drama för unga producerar gestaltande, angelägna och fantasifulla historier med karaktärer det går att identifiera sig med. Programmen sänds i P4 samt säsongsvis i P1 och riktar sig till barn 9–12 år. Berättelserna ska engagera, utmana och bjuda in till konstnärligt underhållande fantasivärldar såväl som skapa diskussion och eftertanke kring frågor i vårt pluralistiska samhälle. Berättelserna ska fånga upp barns olika liv och upplevelser i Sverige och i resten av världen.

Brorsan är kung utspelade sig i Malmö, speglade stadens mångkultur och spelades av barnskådespelare från Malmö, med tydliga dialekter och sociolekter. Det var en historia om att födas biologiskt eller psykiskt avvikande. Serien byggde på psykologen och författaren Jenny Jägerfelds roman med samma namn. Barnet som spelade huvudrollen hade själv gått igenom samma sak i verkligheten.

Superpodden producerades tillsammans med barn från mellanstadiet i en förort till Stockholm. Manus byggde på barnens egna historier inspirerade av den populärkultur som hela tiden omger en tioåring. Skaparna använde sig av fokusgrupper som fick lyssna och tycka till innan *Superpodden* färdigställdes.

Även humorserien *Cringe* av och med William Spetz utgick från barnens perspektiv och handlade om den omtumlande tiden på mellanstadiet. Med humorns hjälp skapades stöd och igenkänning för de villkor barnen lever under framför allt i skolan och på sociala medier.

Julkalendern *Marvinter* var en fantasifull och spännande historia om nordiska väsen, som utspelade sig i norra Sverige, med ett myller av dialekter och brytningar. Kalendern bestod av en radiokalender och ett app-spel som utformades med ett innehåll särskilt anpassat för barn med syn- och hörselnedsättning.

Mördarens apa var ett äventyr som tog med barnen från Lissabons hamnkvarter till Egypten och vidare till Bombay och Bhapur i Indien. Skådespelarna kom från Finland, Spanien och Serbien. Musikaliskt introducerades barnen till musikstilar från andra delar av världen, bland annat den portugisiska fadon.

Höstlovets nyskrivna följetong *Hjalmar och flytten* av Ann-Helén Laestadius handlade om flytten av Kiruna.

Drama för unga arbetar medvetet med att ta in barnskådespelare som inte vanligtvis kommer i kontakt med teater eller Sveriges Radio, har annan socioekonomisk bakgrund eller vars föräldrar kommer från ett annat land. Att tillgängliggöra programmen för alla oavsett funktionsvariationer är ett medvetet arbete som genomsyrar alla produktioner.

Musik

Musik spelas i många program i Barnradion, och det finns även ett särskilt utbud med musikinriktning. I Radioapans knattekanal finns *Viskvarten*, *Schlagerkvarnen*, *Apiga önskningar* och *Radioapans godnatt-kvart* 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, timmar

	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Förstasändning	17	49	0	1 073	6	56	4 107	0	5 308
Parallelsändning	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Repris	0	0	0	2	0	1	0	0	3
Summa	17	49	0	1 075	6	57	4 107	0	5 311

7.4.2 Tonårsutbudet

Sveriges Radios erbjudande till tonåringar finns i P3, P3 Star, P3 Din Gata och via många poddar, evenemang och aktiviteter på sociala medier. Det utbud som endast kan nås via internet redovisas i avsnitt 6.2. Här redovisas de program och aktiviteter som sänds i FM och DAB.

P3:s målgrupp är 15–35 år, men flera av programmen har ett speciellt fokus på att nå publik under 20 år. DAB-kanalen P3 Star riktas endast till tonåringar (13–19 år) och i P3 Din Gata är målgruppen 15–25 år med särskild tyngdpunkt på den yngre halvan.

Program i P3 som riktar sig till tonåringar och som under 2017 har sänts i FM är *22 kvadrat i P3*, *P3 Serie*, *P3 Historia*, *Relationsradion i P3*, *Fredag i P3*, *Musikguiden i P3*: *Osignat*, *Musiken i P3*, *Ligga med P3*, *Humorn i P3*, *Psyket*, *Zia med Nessvold i P3*, *Pira & Bråding i P3* och *Ufopodden i P3*.

Flera av programmen har producerats för den digitala publiken och har starka kopplingar till social-digitala aktiviteter på andra plattformar. I dag är nästan alla tonåringar i Sverige på Instagram, Snapchat och Youtube, och det är viktigt för Sveriges Radio att också vara där för att möta den unga publiken och berätta om att SR finns. Utbudet har också funnits tillgängligt för publik i FM.

Nyheter

Varje vardag sänder *P3 Nyheter* kortsändningar på helslag samt en nyhetstimme mitt på dagen. I det längre formatet finns det plats för fördjupningar och analys av nyhetshändelser som berör unga. Redaktionen har under 2017 utvecklat ett nytt arbetsätt för att snabbare och bättre kunna sända oavsett tid vid större nyhetshändelser. Dessutom har *P3 Nyheter* regelbundet varit en del av flera av P3:s direktsända program, där nyhetsreportern har varit bisittare för att på ett lättbegripligt och roligt sätt förmedla nyheter med fokus på de yngre lyssnarna.

Redaktionen för *P3 Nyheter Granskar* har under 2017 bland annat granskat branschen för 3D-ögonbrynen, berättat om unga som blir stalkade via Swish och att unga har erbjudits bostäder med andrahandskontrakt i utbyte mot sexuella tjänster.

I *P3 Nyheter Dokumentär* har redaktionen satt ihop 20 minuters nyhetssammanfattningar i nära anslutning till större nyhetshändelser som maktkampen i Gambia och nazistattacken i Charlottesville, USA.

Faktaprogram

P3 Historia var en av de stora satsningarna för den unga målgruppen under 2017. Här får lyssnaren följa en historisk person och på ett spännande sätt varvas fakta med dramatiserade scener från personens liv. Exempel på personer som stått i strålkastarljuset var Jeanne d'Arc, Kleopatra och Gustav III.

P3 Dokumentär är fortsatt en av P3:s största succéer. Framför allt är det en produktion som den unga publiken tar del av digitalt, men programmet sänds även i FM. Under året har flera dokumentärer gjorts med särskilt fokus på tonåringar, exempelvis *Skolskjutningen i Jokela* och *Dödstragedin på Roskilde-festivalen*.

Musikhjälpen 2017 från Umeå belyste problematiken kring barnsexhandel under temat *Barn är inte till salu*.

I *Verkligheten i P3* får lyssnaren möta en ung person bakom ett aktuellt fenomen. Några avsnitt speciellt riktade mot målgruppen tonåringar har under 2017 varit *Gay & Jehovahs* där 19-årige Aron berättade om hur han fick välja mellan sin mamma och kärleken, *Sasha: 12 år och prostituerad* och *För tjock för en dejt* som handlade om Charlie.

I programmet *Fråga vad du vill i P3* ställer publiken frågor till en person som varit med om något särskilt eller som har speciella erfarenheter. Under 2017 har publiken bland annat kunnat ställa frågor till personer som arbetar på SOS Alarm, är kortväxta eller som kan läsa tankar.

Kultur

22 Kvadrat i P3 är ett humordrivet sketchprogram om tre personer som försöker dela lägenhet. Med en blandning av asgarv och fnitter diskuteras ungas relationer på olika sätt. Programmet har en stor tonårspublik som känner igen sig i de tre huvudpersonerna. Formatet har lyhört utvecklats tillsammans med programmakarna William, Linda och Hampus. Sveriges Radio har varit ytterst varsamma med deras egna uttryck och bara försiktigt klätt det i radions former för att skapa en äkta igenkänning mellan publiken och programmet.

P3 Serie, som är spännande fiktion i serieform för en ung publik, har fortsatt att utvecklas. Under året släpptes *Darknet* om den grävande journalisten Tove som driver podden Darknet. Darknet är också en dold del av internet, dit inga Googlesökningar når. Här får Tove anonyma tips som ger henne scoop som ingen annan kan få.

Humorn i P3 var under 2017 ett paraply för tre humorproduktioner med särskilt fokus på den yngre delen av P3:s målgrupp:

- *Trevlig helg* – ett sketchprogram där kända personer imiterades
- *Scenen* där publiken fick följa två unga tjejer som startade enstå upp-klubb i Umeå
- *Johanna & Torbjörn* där de två programledarna raljerade om aktuella fenomen i tonåringars vardag.

Relationer och personliga berättelser

Relationsradion i P3 om relationer sänds varje vardag från Malmö. 2017 dubblerades sändningstiden och den unga publiken fick nu två timmar relationsrål varje gång. Programmet innehåller allt från dejtingtips till allvarligare paneldiskussioner om mansbilden och kulturskillnader som påverkar relationer.

I *Pira & Bråding i P3* lyfts varje vecka en persons berättelse fram. 2017 har programmen bland annat handlat om Sofie som förlorade sin tvillingsyster i cancer, Emma som blev medberoende när hennes bror missbrukade och Josefin som var tonårsalkoholist.

Ligga med P3 har fokus på dem som just påbörjat sitt sexliv, och således är det ett innehåll som är riktat till många tonåringar. I programmet svarar sexologer på lyssnarnas frågor. Där finns också reportage och granskningar om ung sexualitet samt berättelser och samtal med lyssnare och experter. *Ligga med P3* har bland annat granskat användandet av Viagra bland unga killar, intervjuat nyanlända kring deras sexualitet med fokus på homosexuella och pratat om unga tjejer som använder sex som ett sätt att få bekräftelse.

Bevakning från hela världen

Sveriges Radio har en korrespondent med uppdrag att bevakta unga frågor i världen. Ungkorren har under 2017 bland annat besökt Barcelona och tagit upp självständighetsfrågan och rapporterat från London om branden i Grenfell Tower. Andra länder som ungkorren skildrat var bland annat Kina, Gambia, Ghana, Frankrike och Finland.

Varje vecka erbjuder *Musikguiden i P3* den unga publiken kulturella och konstnärliga upplevelser via dj-set och mixar från hela världens klubbscener. Safari Sound, som nischat sig inom reggae och dancehall, har bjudit in lyssnarna till jamaicanska klubbscener, och Sandra Mosh tog med publiken i utforskning av undergroundscenen i Finland.

Sommarfredagar under 2017 fick lyssnarna bekanta sig med klubbscener i städer som Bergen, Prag, Helsingfors och Bryssel i *Musiken i P3: Europahits*.

I *Musikhjälpen* 2017 lyftes många exempel från hela världen när problematiken kring barnsexhandel stod i centrum under en hel vecka i P3.

Den resande reporteren Linnea Henriksson rapporterade från Filippinerna om situationen för barn vid barnsexhandel online. Publikens fick även ta del av berättelser från Individuell Människohjälps arbete mot barnsexhandel i Guatemala, Föreningen för gatubarn i Nepal om hur situationen ser ut för flickor som föds in i sexhandeln och tvingas sälja sina kroppar vid tidig ålder, Diakonias projekt för att förebygga och arbeta rehabiliterande mot barnsexhandel och barnäktenskap i Myanmar och Bangladesh samt Sveriges ambassadör för arbetet mot människohandel som berättade om trafficking med barn i Bulgarien och Rumänien.

Radio- och tv-programledaren Memory Mbewe från Malawi besökte glasburen i Umeå för att prata om flickor och kvinnors rättigheter. I Malawi i södra Afrika är nästan varannan flicka gift före 18 års ålder. Barnäktenskap är förbjudet, men fortfarande gifts så unga flickor som 12 år bort.

Programutveckling

Under 2017 har fokus kring programutveckling för unga i FM legat på programmen *Humorn i P3*, där tre nya humorformat har tagits fram, och *P3 Historia*. Att prata om historia för unga på ett angeläget sätt är något som inte tidigare har gjorts i P3.

Även *Darknet* och *Krocken i P3* var nya titlar som utvecklats för tonåringar under året. *Krocken i P3* gjordes som podd med syfte att nå tonåringar med förankring i flera kulturer, men programmet sändes också i delar i FM.

Musiken i P3 på eftermiddagar var ett nytt program som utvecklats för att möta den yngre delen av P3:s målgrupp och dess musikintresse. Tillsammans med publiken flippades eller floppades varje dag en ny

låt. En för målgruppen känd musikpersonlighet hjälpte programledaren Emma att guida lyssnaren till dagens utvalda och aktuella låt.

Ufopodden i P3 var en podd om dramatiserade ufo-mysterier baserade på verkligheten. Den fick stor uppmärksamhet i den unga målgruppen och sändes även i FM.

Tabell 20. Marksänd tid för ungdomsutbud på svenska fördelad på programkategorier, timmar

	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Förstasändning	305	401	89	492	90	1 101	12 216	39	14 733
Parallelsändning	73	20	1	7	3	19	87	0	210
Repris	0	13	3	17	0	11	57	0	101
Summa	378	434	93	516	93	1 131	12 360	39	15 044

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

Personer med funktionsnedsättningar ska finnas med i den vanliga bevakningen på samma villkor som andra personer. Att var och en får representera sig själv, delta och yttra sig i alla möjliga frågor och ämnen och inte specifikt vara representant för en viss funktionsnedsättning är ett viktigt mål för Sveriges Radios bevakning. I grunden handlar det om yttrandefrihet och det demokratiska uppdraget.

För att uppnå detta är medarbetarnas kunskap och perspektiv en förutsättning. Därför arrangeras varje år seminarier och utbildningar med rubriker som *Funktionsmaktsordningen – hur, var och varför?*. Varje redaktion har ett ansvar att diskutera hur mångfalden breddas, så att även personer med funktionsnedsättning är inkluderade i vardagsbevakningen. Att Sveriges Radio har medarbetare och praktikanter med olika funktionsvariationer bidrar också till att förändra perspektiv och tilltal.

Redaktionernas arbete med att bredda mångfalden, bland annat vad gäller personer med funktionsnedsättning, är ständigt pågående. Ett sätt att få in fler perspektiv och erfarenheter är genom 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 att 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 inte framgår för publiken om en person är exempelvis blind eller rullstolsburen. I tävlingen *Vi i femman* deltar många barn med olika funktionsvariationer. Det är inget som programledarna berättar om, men det är likväldigt 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 om nyheterna på ett lite lugnare sätt och med enkla ord sänds dagligen i P1 och P4. Programmet har kontinuerlig dialog med sin publik och ställer i varje program målgruppens frågor och utformar allt innehåll så att målgruppen kan förstå och följa med i vad som händer. Varje dag finns nyheter som särskilt berör målgruppen.

Några exempel från 2017:

- Allt färre barn med Downs syndrom föds i flera grannländer, och det är en trolig utveckling att även fler blivande föräldrar i Sverige aborterar foster som innan födelsen konstaterats ha syndromet. Experter varnar nu för att föräldrar som väljer att föda barnet får ett sämre stöd från samhället.
- Adam Karlsson är tio år och har autism. Han intervjuades efter att ha slagit världsrekord i samlandet av bläckpennor med reklam.
- I oktober hölls en innebandyturnering för spelare med funktionsvariationer som Downs syndrom, autism med mera. I laget Lagan United, som stod som arrangör, fanns spelare mellan 7 och 72 år.

Även när det gäller allmänna nyheter har *Klartext* gjort målgruppsanpassade inslag, exempelvis om slaget om Kirkuk i Iran, den medieavgift som föreslås ersätta radio- och tv-licensen samt utredningen kring läkaren Paolo Macchiarini.

Textversionen av P1:s granskande program *Kaliber* läggs ut på programmets hemsida. Syftet är att göra det möjligt för publiken att verifiera innehållet, men det blir även ett hjälpmittel för att kunna ta till sig ett mer komplicerat innehåll.

Funk i P1, som sändes i sommartablån, hade fokus på tillgänglighet och hur personer med funktionshinder bemöts i vardagen.

Tommy Ivarsson blev 2017 Lyssnarnas värd i *Sommar i P1* samt återkom i *Vinter i P1*. Programmen handlade om hans yngste son Jonathan som dog 2015 efter tre års väntan på nya lungor.

Föreläsaren, äventyraren och idrottsmannen Aron Andersson var värd i *Sommar i P1*. Efter att vid sju års ålder ha drabbats av cancer och senare accepterat ett liv i rullstol, blev det idrott för hela slanten. Han har som förste person i rullstol bestigit Kebnekaise och Kilimanjaro, simmat över Ålands hav, cyklat till Paris med handcykel och åkt skidor till Sydpolen samt deltagit i fyra Paralympics i segling, friidrott och kälk-hockey.

I *Radioverkstan* i P4 Västerbotten medverkar människor med funktionsvariationer. Programmen innehåller humor, skratt och en nyskriven låt.

Dokumentärer om och med funktionsvarierade personer har sänts i *P1 Dokumentär*, *Tendens – kortdokumentärer* och *P4 Dokumentär*:

- *P1 Dokumentären Den glädaste jag känner flyttar hemifrån* är en uppföljning av en dokumentär från 1995 om Pelle som föddes med för liten hjärna. I programmet ställs frågor om svek och ansvar, föräldrakärlek och utmattning, oförsonlighet och försoning.
- I *Kortdokumentären Roxy och tourette* skildrades den mobbning Roxana utsatts för.
- I *P4 Dokumentären CP-resan* berättade Ida Berg om hur det är att tägluffa i Europa som cp-skadad med rollator.

Eftersom medicin, psykologi och medicinsk teknik hör till Vetenskapsradions bevakningsområden kommer forskning som berör människor med funktionsnedsättningar in som en naturlig del av bevakningen. Några exempel på vad vetenskapsredaktionen berört i program och nyhetsformat under året:

- artificiella muskler och exoskelett som kan hjälpa förlamade
- musik som rehabilitering efter stroke
- smarta plagg som kan hjälpa dövblinda.

Radiosporten samarbetade med företrädare för handikapp- och parasporten för att nominera kandidater och utse vinnare av Radiosportens pris till *Årets Stjärnskott*, som går till idrottare med funktionsnedsättning. 2017 tilldelades triatleten Shahrzad Kiavash priset på Parasportgalan i Stockholm.

Tankesmedjan i P3 tar återkommande upp ämnen som berör funktionsnedsättning, till exempel hur autistiska ungdomar blev behandlade på ett boende och tillämpningen av LSS.⁶¹

Frågor kring funktionsvariationer har under året uppmärksammats i nyheter och fördjupande program som *Studio Ett* och *P4 Extra* samt i flera av de lokala P4-kanalerna. Några exempel:

- P4 Kalmar bjöd in funktionsnedsatta och eldsjälar som berättade om svårigheter att fungera i samhället med en nedsättning men även om glädjeämnen.
- P4 Sjuhärad speglade i en rad inslag synskadades situation, hur sociala medier fungerar för synskadade, utanförskap i skolan, dåligt informerade ledsagare med mera.
- I P4 Stockholm har hörselskadade invandrares situation berörts, exempelvis att det inte är en självklarhet med hörselkontroll för asylsökande.
- Läkaren Claes Hultling som varit förlamad från bröstet och nu tog sina första steg på 33 år med hjälp av ett så kallat exoskelett, gästade *P4 Extra*. Filmen där han tar sina första steg nådde 116 000 personer på *P4 Extras* Facebooksida.

7.5.2 Barn och unga med funktionsnedsättning

Ett särskilt anpassat innehåll är en förutsättning för att många ska kunna tillgodogöra sig programmen. Ofta kan också möjligheten till igenkänning och känslan av inkludering vara viktiga förutsättningar för att ta till sig innehållet.

Barnradion har under 2017 på olika sätt prioriterat arbetet med att förbättra tillgängligheten för barn med funktionsnedsättning. Antalet program för små barn har ökat från fem till femton jämfört med 2016.

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

För de äldre barnen har Barnradion lyft in frågorna i olika program.

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

Sveriges Radio fortsätter att utveckla innehållet på digitala plattformar eftersom det där går att lägga till stödjande funktioner som bilder med förklarande text, möjlighet att pauza och repetera lyssningen med mera. Detta är ett stöd för både barn med kognitiv funktionsnedsättning och barn med hörselnedsättning.

De yngre barnen

Bebispodden är en specialskriven serie för de minsta barnen men också för barn med kognitiv funktionsvariation. Det är en stiliserad och naivistisk berättelse som utgår från musik samt de allra första orden och ljuden som en människa lär sig. Det är repetitivt för att man ska kunna följa med. Stor igenkänning och trygghet men också överraskande i det lilla formatet för att utmana en hjärna i utveckling. Grundmaterialet är inhämtat från logopeder, förskollärare och pedagoger, och programmen har arbetats fram tillsammans med små barn.

⁶¹ Lag (1993:387) om stöd och service till vissa funktionshindrade.

Inger och Lasse Sandbergs berättelser om *Pulvret* är enkla berättelser om viktiga saker. Berättelserna har sänts i FM och med kompletterande material på webben. Ljudläggning, bilder och inläsning är stiliseras och tydlig och anpassad för mindre barn med kognitiva funktionsnedsättningar. Inläsningen gjordes av Olof Wretling, som själv har dyslexi.

Pojken, flickan och muren i programmet *Sagor i Barnradion* handlar om syskonen Adham och Sulafa som är rullstolsburen.

De äldre barnen

Barnradion har samarbetat med Högskolan i Skövde kring 2017 års julkalender *Marvinter*. Detta ledde fram till att *Marvinter* fanns både i FM och som ett app-spel som utspelar sig i en parallell värld till julkalendern. Målet med spelutvecklingen har varit ett särskilt anpassat innehåll för barn med syn- eller hörselnedsättning samt barn med kognitiva funktionsnedsättningar. I spelet märks det genom färre karaktärer samt förenklad och förtysdigad ljudläggning.

Ett transkriberat manus finns utlagt på Barnradions hemsida så att även barn som har svårigheter att lyssna ska vara helt inkluderade.

1000 modiga frågor utgår från barnens egna frågor där redaktionen har fördjupat vissa ämnen. Exempelvis har frågor kring adhd och dyslexi lyfts fram.

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

Exempelvis har det sänts reportage om hur det är att som barn förlora synen och leva som synskadad, hur tillgängligheten för barn och unga med funktionsvariationer ser ut på de kommunala kulturskolorna och om Thomas Sekelius som vågar tala om sin psykiska ohälsa för sina 300 000 följare på Youtube.

Juniorsporten har till exempel sätter reportage om fotbollslaget NPF Hjärtat för barn med neuro-psykiatriska funktionsnedsättningar och intervjuat SHL-spelaren Linus Söderström som 2017 vann SM-guld och som har adhd och Aspergers syndrom.

Vi i femman har fortsatt arbetet med att coacha och stötta tävlande blyga barn och barn med neuro-psykiatriska funktionsstörningar. Utbildningsinsatsen har fokuserat på hur man kan lyfta barn och göra dem trygga utifrån sina egna förutsättningar i en ovan miljö.

Unga

2017 års stora succé i P3, *P3 Historia*, har även gjorts i versioner anpassade för personer med kognitiv funktionsnedsättning. Programmen har varit cirka tio minuter långa, fokuserade på berättelsen om en historisk person men med ett enklare språk och en ljudbild med bättre hörbarhet.

P3 Nyheter förklarar, där man enkelt förklarar aktuella nyhetsskeende, har fortsatt under 2017. Bland annat har bostadskrisen och våldtäktslagstiftningen förklarats.

I *Psyket i P3* möter lyssnarna varannan vecka personer som själva bär på erfarenheter av psykisk ohälsa. Under året har missbruk, depressioner, hypokondri med mera stått i centrum. *Psyket i P3* har även gjort specialprogram om exempelvis varför man kommer in i ett självskadebeteende eller vad som händer i kroppen när man äter antidepressiva medel.

I Fråga vad du vill har flera funktionsnedsättningar stått i fokus under 2017 när program har handlat om cp-skada, amputation eller schizoaaffektiv sjukdom.

I Musikhjälpen 2017 uppmärksammades flera unga personer med funktionsnedsättning. Lucia firades med Alla kan-kören från musikskolan i Umeå. Kören riktar sig till elever från 13 år och uppåt med någon typ av funktionshinder. Den rullstolsburna hårdrocksexpererten Henrik ”Proppen” Fannkvist och Uttervägens Hjältar från ett gruppboende i Umeå besökte glasburen på torget.

I *Ligga med P3* har lyssnare berättat om hur skolios påverkat sex- och kärleksliv och om skräckan inför en framtid steloperation, om hur tvångssyndrom med extrem renlighet gjort det svårt att ha sex och om psykiska ohälsa som ledde till större och större risker sexuellt.

Relationsradion i P3 har även behandlat fysisk och psykisk ohälsa i relationer. Redaktionen har kontaktat olika föreningar för att informera om programmet och bjuda in personer med särskilda behov att delta.

7.5.3 Hörbarhet

Sveriges Radio har som målsättning att utbudet ska vara tillgängligt för hela publiken och att även personer med hörselnedsättning ska kunna ta del av programmen. Ljudet ska vara av hög teknisk kvalitet, och vid mixning av olika ljudkällor ska dessa avvägas mot varandra för bästa möjliga hörbarhet. När talet är bärande i sändningarna ska detta prioriteras i ljudbilden. Ljudeffekter och bakgrundsljud ska förstärka information och känsla men inte störa uppfattbarheten hos det talade innehållet.

Sveriges Radio arbetar kontinuerligt med tillgänglighetsfrågor kring ljud utifrån såväl estetiska som tekniska aspekter. De estetiska aspekterna omfattar hur olika ljud blandas eller balanseras mot varandra, diction, betoneringar och pauseringar i talet. De tekniska aspekterna omfattar hur teknisk utrustning och system används för att åstadkomma högsta möjliga tekniska kvalitet så att ljudet är tydligt och hörbart.

Programproduktionen baseras på de riktlinjer för ljud som är en del av programbeställningarna. Dessa riktlinjer används när hörbarhetsambassadörer och ljudtekniker återkopplar program. Under 2017 har Sveriges Radio tagit fram en ny modell för återkoppling av ljudet i programmen. Modellen utgår från en bedömning av sex olika parametrar: talljudets tydlighet, ljudets karaktär, bakgrundsljudets funktion, jämnhet i ljudnivåer, tempo samt ljudmässiga övergångar mellan olika delar i programmen.

Med hjälp av modellen har ljudtekniker för första gången deltagit i den årliga P4-lyssningen och återkopplat alla P4-kanaler om hur sändningarna låter.

7.5.4 Ökad tillgänglighet med publika digitala tjänster

Sveriges Radios egna plattformar är *sverigesradio.se* och *SR Play*. Sveriges Radios digitala tjänster har team som löpande utvecklar och förvaltar produkterna. Avdelningen Digitala medier, som samordnar arbetet, ställer höga krav på tillgänglighet, sökbarhet och säkerhet. Redaktionerna använder SR:s egenutvecklade verktyg Isidor för att publicera och tillgängliggöra innehållet för publiken. Samarbetet mellan alla team är viktigt för att tillgängligheten ska vara så bra som möjligt för användarna.

I arbetet med att kontinuerligt utveckla Sveriges Radios tjänster ingår att se till att lösningar är tillgängliga och har god användbarhet. Här är användartester en viktig del. Återkommande görs tester med grupper av användare som har någon funktionsnedsättning. Testresultaten ger sedan underlag för att prioritera förbättringar av tillgängligheten.

Sveriges Radio har certifiering från Funka Nu när det gäller tillgänglighet avseende teknik och pedagogik. Då oberoendet är mycket viktigt för SR och innehållet alltid måste vara fritt från påverkan av extern part eftersträvas inte certifiering vad avser innehåll.

2017 startades ett utvecklingsteam som arbetar med att Sveriges Radio ska finnas tillgängligt på andra typer av plattformar. Med andra plattformar menas här exempelvis Amazon Echo, Apple TV, Sonos, Google Home och Windowsplattformen. I teamets uppgift ingår att utforska hur man kan söka och starta uppspelning av ljud från Sveriges Radio med rösten, så kallad röststyrning.

Barnwebben

Barnwebben arbetar med bildstöd till programmen. Ofta beställs specialritade bilder. Barn 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.

I samarbete med Högskolan i Skövde togs en app fram till *Julkalendern* 2017. Appen fördjupade berättelsen med ett spel och säkerställde att även barn med syn- eller hörselnedsättning kunde ta del av innehållet.

Barnutbudet presenteras i de två apparna *Radioapans banankalas* och *Radioapans kojträd*. Båda finns för Android och iOS. Apparna är gjorda för den yngsta målgruppen och ska vara lätt och roliga att använda även för den som tycker att webben är svår att förstå och navigera i.

7.5.5 Dialog med berörda grupper

Det finns olika sätt för Sveriges Radio att möta och samtala med publiken med särskilda behov. Ett syfte med mötena är att öka kunskapen hos redaktioner och medarbetare om hur program ska utformas så att en större del av publiken kan ta till sig innehållet. Ett annat syfte är att Sveriges Radio ska vara än mer relevant för exempelvis grupper med funktionsvariationer.

Kontakterna med organisationer för funktionsvariation pågår sedan länge på olika nivåer inom Sveriges Radio. Dels finns det direktkontakt på redaktionell nivå, dels har kanalansvariga kontakter och möten med företrädare för till exempel Synskadades Riksförbund eller paraplyorganisationerna Funktionsrätt Sverige och Lika Unika.

Vetenskapsradion har haft en intensiv dialog med berörda grupper via lyssnarnätverk och sociala medier särskilt när det gäller program om adhd och psykosbehandling. Man har i dessa program varit noga med att tala med och lyfta fram personer som på olika sätt är drabbade av adhd och olika psykossjukdomar samt deras erfarenheter av diagnostisering och behandling.

Klartext, som sänds i P1 och P4 och som vänder sig till personer med olika funktionsvariationer, har en aktiv dialog i sociala medier med sin publik. Dialogen leder till att publikens frågor lyfts upp i programmet som därmed blir mer relevant för gruppen.

Fogelbergs ljudbokspodd, i P1 sommaren 2017, tillkom efter önskemål från synskadade. Serien är ett exempel på när en fråga – här möjligheten att tillgodogöra sig ljudböcker – blir allmänt och relevant för alla lyssnare.

Inför Paralympics 2018 har Radiosporten regelbunden kontakt med Parasportförbundet för att förbereda Radiosportens bevakning på bästa sätt samt för att följa paralympierna.

Den årliga PS Funk-dagen, som är ett samarbete mellan de tre public service-bolagen och paraplyorganisationerna Funktionsrätt Sverige och Lika Unika, genomfördes 2017 vid två tillfällen. Det sista mötet fokuserade på frågor som kommer att bli aktuella under valåret 2018.

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 minoritets-språk. 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 viktiga uppdrag, men det blir meningsfullt endast om utbudet når målgrupperna. Därför har SR inom ramen för den publicistiska utvecklingen under tillståndsperioden formulerat ett särskilt uppdrag att nå minoritetspubliken bättre. Fortsatt prioriteras insatser för att det antal sändningstimmar som är relativt högt också ska nå lyssnarna.

Sveriges Radio tar sitt uppdrag om dialog med de berörda grupperna på stort allvar. Det handlar om att vara lyhörd för publikens önskemål och behov och att i dialog med publiken utveckla utbudet.

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

- Samiska – Det samiska utbudet sänds dygnet runt när SR Sápmis webbkanal räknas in. Inför Samlingsvalet 2017 genomförde Sameradion ett arbete för att i dialog med den samiska publiken lyfta de viktigaste valfrågorna och diskussionerna kring dessa.
- Finska – Här finns redan ett mycket stort utbud räknat i antal timmar per år. 2017 genomsyrades utbudet av jubileumsåret Finland 100 år där Sisuradio genomförde en rad specialsatsningar
- Meänkieli – Redaktionen för Meänraatio är inne i ett utvecklingsskede där en ny redaktion i Övertorneå förstärkt huvudredaktionen i Pajala. Redaktionen har även en medarbetare i Kiruna. Beslutet 2017 att förstärka redaktionen med två tjänster från januari 2018 är ett steg i samma riktning. Meänraatio hörs även i P6 över Storstockholm. Redaktionens ambition är fortsatt att nå hela målgruppen på meänkieli med ämnen som berör och engagerar.

- Romani chib – Den romska podden *Terni Generacia*, som riktar sig till en ung romsktalande publik, har fått en fast plats i FM-tablån från och med 2017. Detta innebär en förstärkning av utbudet för unga på romani. Radio Romanos redaktion har också satsat på att sända live från festivaler, minnesdagar med mera.

Utöver de nationella minoritetsspråken erbjuder Sveriges Radio via internet ett nyhets- och aktualitetsutbud på arabiska, kurdiska (sorani/kurmanju), persiska (farsi/dari), somaliska och engelska till en ny-anländ publik.

Nyanlända i dessa språkgrupper har vanligtvis 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 ökat samarbetet med övriga redaktioner inom Sveriges Radio. Ambitionen är att även majoritetsbefolkningen ska få bättre kunskap och insikt om minoriteternas levnadsvillkor och perspektiv. Inom ramen för P2:s livesändningar med folk- och världsmusik har musik från de nationella minoriteterna sänts vid flera tillfällen.

Hänsyn till de språkliga behoven hos barn och unga

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

Barnutbudet utgår från varje språklig och kulturell sfär och uppmuntrar att barnen ska känna igen sig i berättelserna. Under 2017 har arbetet med att göra programmen mer synliga på hemsidor och via sociala medier prioriterats. Utbudet för unga på romani har ökat till ett halvtimmesprogram som återkommer varje vecka. Meänraatio har gjort den unika radioteaterserien *Flykten* för unga på tre språk (svenska, finska och meänkieli).

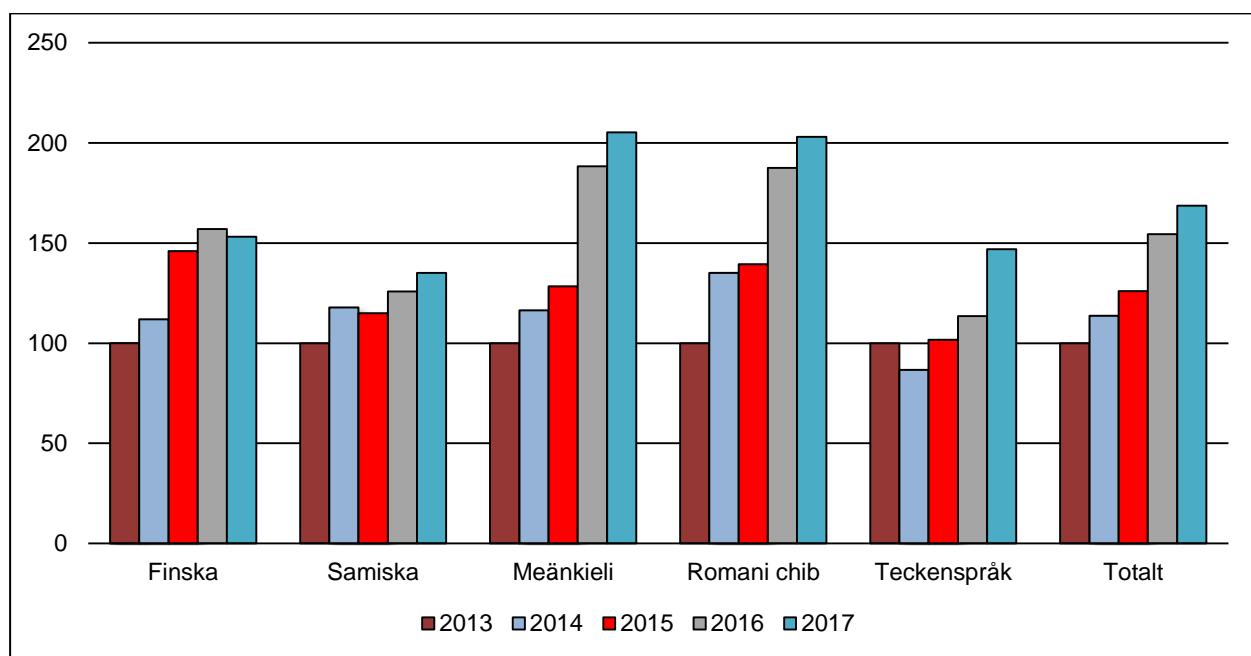
7.6.2 Betydande ökning

Enligt sändningstillståndet ska Sveriges Radios samlade utbud på samiska, finska, meänkieli och romani chib, sammantaget med SVT:s och UR:s utbud, öka årligen jämfört med 2013.

För att kunna göra en samlad bedömning av det sammantagna utbudet på dessa språk har programbolagen utvecklat en gemensam indexmodell. Varje bolags utbud per språk 2013 sätts till 100 och sedan räknas index per bolag och språk om årligen utifrån förändringen av antalet timmar. Därefter tas ett medelvärde av de tre bolagens enskilda index.

På detta sätt blir siffrorna jämförbara, och det är möjligt att göra en bedömning av bolagens sammantagna ökning per språk och totalt. I bilaga 3 redovisas underlaget för diagrammet nedan.

Diagram 7. Utveckling av index för minoritetsspråk sammantaget för public service-bolagen



År 2017 var index för språken totalt 169 jämfört med 2013 då motsvarande indexvärde var 100.

Programbolagen har definierat betydande ökning som att indexvärdet för språken totalt och bolagen sammantaget vid tillståndsperiodens slut ska uppgå till minst 155.

Målet avser helheten och i relation till ingångsvärdet 100. Index kan växla mellan olika år och för enskilda språk i de tre bolagen. Om till exempel ett av bolagen gör en särskild satsning på något språk ett år, kan det nästa år bli en minskning för just det språket.

Tabell 21. Totalt marksänd tid på samiska, finska, meänkieli och romani chib, timmar

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Samiska						
Vuxna	1 324	1 321	1 322	1 346		
Barn upp till 12 år	17	17	17	17		
Ungdomar 13–19 år	52	52	52	53		
Summa samiska	1 393	1 390	1 391	1 416		
Finska						
Vuxna	6 692	6 761	6 858	6 825		
Barn upp till 12 år	148	147	139	139		
Ungdomar 13–19 år	479	481	482	481		
Summa finska	7 319	7 390	7 479	7 445		
Meänkieli						
Vuxna	569	545	716	756		
Barn upp till 12 år	52	53	61	61		
Ungdomar 13–19 år	182	233	270	272		
Summa meänkieli	803	830	1 047	1 089		
Romani chib						
Vuxna	345	345	344	340		
Barn upp till 12 år	8	11	11	11		
Ungdomar 13–19 år	39	39	45	82		
Summa romani chib	391	395	400	433		
Totalt	9 907	10 005	10 318	10 383		

Sveriges Radio står för 92 procent av det totala public service-utbudet på dessa språk.

7.6.3 Samiska

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

2017 sände Sameradion i FM och en webbkanal. För att öka mångfalden i utbudet sänder de samiska redaktionerna i Norge, Finland och Sverige varje vardag *Buorre Idit Sápmi* som är ett gemensamt två timmar långt direktsänt morgonprogram. Alla redaktionerna producerar innehåll och medverkar i programmet. I Sverige sänds första timmen i P2 över norra Sverige, P6 över Stockholm samt i webbkanalen och andra timmen enbart i webbkanalen.

Under 2017 var det val till det samiska folkvalda Sametinget. Sameradion och SVT Sápmi arrangerade debatter, partiledardueller och partiledarintervjuer, ungdomsdebatter, radioväkteri, grävprojekt, valvaka med mera. Valets viktigaste frågor bevakades på ett lättläst sätt i *Politikpodden Sápmi* som även sändes i FM under våren.

Sameradion och SVT Sápmi tillsammans med Digitala insatsstyrkan på Sveriges Radio tog fram fyra stora nyheter om frågor som berör Sápmi och det samiska samhället i Sverige. Nyheterna spreds via FM,

webben, tv och sociala medierplattformar. En interaktiv chatbot (*Ođđabot*, datorprogram som kan föra en dialog med människor) som skulle ge svar till unga och förstagångsväljare om samepolitiska frågor utvecklades. Publikn kunde skriva sina frågor via *Ođđabot* och boten gav svar. Sameradion och SVT Sápmi använde sig också av Snapchat för att attrahera den unga publiken.

Satsningen som kallades *Det digitala köksbordet* nominerades till ett innovationspris i kategorin Online vid Prix Europa.

2017 har Sveriges Radios och SVT:s samiska redaktioner fortsatt utveckla sitt publicistiska samarbete trots att det organisatoriska samarbetet avslutades under året. 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.

2017 var ett jubileumsår för det samiska organisationslivet. 1917 samlade bland andra samekvinnan Elsa Laula samer till ett stormöte i Trondheim för att lyfta dåtidens utmaningar så att samerna tillsammans skulle kunna arbeta med dessa. 2017 uppmärksammades 100-årsjubileet med start i Trondheim och firande av den samiska nationaldagen. SVT Sápmi, NRK, YLE Sápmi och Sameradion var på plats och sände i FM, webb-radio och webb-tv.

Sameradion och SVT Sápmi genomförde en satsning för att belysa vardagsrasism mot samer där samer fick berätta sina historier. Huvudsyftet var att visa hur majoritetsbefolkningen bemöter, behandlar och tilltalar samer i vardagen. Satsningen pågick framför allt på sociala medier men även i flera radio- och tv-reportage och ett radioprogram. Projektet blev en succé, var veckans trend på Twitter och summerades i boken *#vardagsrasismmotmigsomsame*.

Sameradion sände barnradio varje vecka, till exempel serien *Elsa i Saajvoe-kungens rike* om Elsa Laula på nord-, syd- och lulesamiska. Utbudet på samiska för barn finns nu på ett tydligare sätt tillgängligt för lyssning i efterhand med en egen sida för *Manaidradio*.

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

Tabell 22. Samiska – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Vuxna						
Förstasändning	676	673	674	699		
Parallelssändning	518	548	648	647		
Repris	131	101	0	0		
Summa vuxna	1 324	1 321	1 322	1 346		
Barn upp till 12 år						
Förstasändning	9	9	9	9		
Parallelssändning	9	9	9	8		
Repris	0	0	0	0		
Summa barn upp till 12 år	17	17	17	17		
Ungdomar 13–19 år						
Förstasändning	26	26	26	27		
Parallelssändning	26	26	26	26		
Repris	0	0	0	0		
Summa ungdomar 13–19 år	52	52	52	53		
Totalt samiska	1 393	1 390	1 392	1 416		

Ökningen beror på att den utökade sändningen i P6 söndagar fick full helårseffekt 2017.

7.6.4 Finska

Sisuradio har strävat efter att erbjuda publiken intressant innehåll utifrån ett sverigefinskt perspektiv.

2017 har präglats av jubileumsåret Finland 100 år. Först ut var *#mittfinland* med korta berättelser i form av minnen, anekdoter och associationer av sverigefinländare i flera generationer. Berättelserna har hörts i Sisuradio och P1, och sverigefinnar har uppmanats att under hashtaggen *#mittfinland* skicka in sina bidrag om alltifrån barndom och identitet till barrskog.

Finland 100 år firades med en galakonsert i december från Berwaldhallen och en musikkväll på Kägelbanan i Stockholm med sverigefinsk prägel.

I september startades satsningen *Sata suomibiisiä (Hundra låtar från Finland)*. Varje vecka valde publiken sin favorit inom tango, rock, punk, folksång, hiphop med mera. Vinnarlåtarna ställdes mot varandra i en omröstning om den bästa finska låten under de senaste 100 åren.

Iltapäivä har fortsatt att bjuda publiken på aktuella samtalsämnena och gäster. Under 2017 har programmet sänts direkt från Helsingfors och Kungsträdgården i Stockholm. Under insamlingen till *Världens barn* auktionerades programmet ut och hamnade då i Motala.

Musikprogrammet *Levyseppä* lockar äldre och yngre lyssnare med den egna mixen av bortglömda musikpårlor och nyare material. Programmet är Sisuradios mest populära sett till efterlyssningen på webben.

I *Finnjävlarpodden* om att vara helt eller delvis finsk i Sverige talar man om identitet, klass, språk, historia och minne med utgångspunkt i sverigefinnars personliga erfarenheter.

Språkprogrammet *Kielipuoli* har blivit populärt hos den språkintresserade publiken. I början av 2017 lanserades omröstningen om årets sverigefinska ord vilket fick mycket uppmärksamhet i både svensk och finsk media. Det vinnande ordet blev ”fiikata” (att fika).

Att sverigefinnarna i dag har fler än en eller två kulturer i familjen är vanligt och något som Sisuradio har försökt att lyfta fram under 2017. I kulturprogrammet *Koukku* har flera sverigefinska kulturarbetare hörts som samtalsledare, bland annat sverigefinnar med finskromsk bakgrund.

Popula är ett program i P4 för den unga vuxna publiken. Lyssningen i P4 har gått upp under året, och intervjuerna med bland andra Mark Levengood och Dogge Doggelito har lockat en rekordstor publik även på webben och i sociala medier.

Tonårsprogrammet *Tähti* är fortsatt en plattform för sverigefinska ungdomars tankar om livet och aktuella händelser. Programmet görs av två unga andra generationens sverigefinnar vilka har en tredje kultur med sig hemifrån. Rösterna från *Tähti* hördes även under 2017 återkommande i morgonprogrammet *Huomenta Ruotsi*.

Roketti, Sisuradios finskspråkiga program för barn, erbjuder sagor, tävlingar och musik. Reportrarna besöker regelbundet finskspråkiga förskolor. De sverigefinska barnens röster i programmet ska påminna om att det finns andra barn som delar erfarenheten av att ha två språk – att man inte är ensam.

Under 2017 har Sisuradio sänd trespråkiga *Karlavagnen* en kväll i veckan från Luleå med programledaren Pekka Kenttälä. Pekka talar finska, meänkieli och svenska med lyssnarna. Att finska hörs i ett av Sveriges mest kända radioprogram har en stor symbolisk betydelse för minoritetsspråksanvändarna.

Även *Nyheter från Sisuradio* i P4 intresserar både finsktalande och majoritetspubliken. De tvåspråkiga nyheterna fungerar också som en bro mellan P4-publiken och P2, då *Nyheter från Sisuradio* sänds precis före *Iltapäivä* i P2.

En nyhet som nådde en stor publik var rapporteringen kring sverigefinnarnas dag den 24 februari och ny statistik om sverigefinnar i Sverige. Nyheten att nu har var fjortonde person i Sverige finländskt påbår citerades i 33 svenska och 14 finska medier. Även kartan över hur många med finländsk bakgrund som bor i olika kommuner väckte stort intresse.

Tabell 23. Finska – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Vuxna						
Förstasändning	4 697	4 371	3 581	3 576		
Parallelsändning	1 371	1 475	1 826	1 801		
Repris	624	915	1 451	1 448		
Summa vuxna	6 692	6 761	6 858	6 825		
Barn upp till 12 år						
Förstasändning	35	69	35	35		
Parallelsändning	70	69	70	69		
Repris	44	9	35	35		
Summa barn upp till 12 år	148	147	139	139		
Ungdomar 13–19 år						
Förstasändning	233	234	228	225		
Parallelsändning	18	15	0	0		
Repris	229	232	254	256		
Summa ungdomar 13–19 år	479	481	482	481		
Totalt finska	7 319	7 390	7 479	7 445		

Förändringen beror på att sändningstiden på fredagar för *Popula* i P4 har minskat med cirka 40 minuter per program.

7.6.5 Meänkieli

Sveriges Radios redaktion för meänkieli, Meänraatio, är inne i ett skede av stark utveckling. Som ett resultat av ett pågående SRPU-uppdrag har beslut fattats under 2017 om att förstärka redaktionen med två tjänster utöver de fyra som finns i dag. En programchef och en redaktionell medarbetare har rekryterats från årsskiftet 2017/2018. Meänraatio flyttas också i organisationen från Sisuradio till P4 Norrbotten.

Meänraatios huvudredaktion finns i Pajala. 2017 har kontor med en medarbetare öppnats i Övertorneå. Redaktionen har också en medarbetare i Kiruna. Programmen sänds i FM-kanalerna P4 Norrbotten, P2 och P6 samt i DAB-kanalen P7 Sisuradio.

Meänraatio är vardagsnära radio som har levande dialog med lyssnarna. Uppdraget är att spegla språk, kultur och identitet för publiken i Tornedalen, Norrbotten och Stockholm via marksänd radio samt via webb och sociala medier för tornedalingar i andra delar av Sverige och världen. Meänraatio är aktuell och agendasättande och gör också utblickar mot grannländerna i Barentsregionen.

Den lättare tekniken för direktsändning utanför studion som introducerades 2016 har fortsatt öka antalet utesändningar av hela eller delar av program.

Gränslost en gång i veckan riktar sig med ämnesval och tilltal mot en yngre publik. Programmet har som mål att unga som förstår språket ska lära sig mer och våga använda det. Meänkieli är huvudspråk men inslag på finska och svenska förekommer.

Varje månad direktsänds ett språkfrågeprogram där lyssnarna kan diskutera meänkieli med programledare och språk experter.

För barn sänds varje vecka ett tiominutersprogram med sagor, berättelser, frågeprogram och *Magiska skrinet*. Programmen samlas på webben under rubriken *Meän Kläpit*. 2017 har redaktionen satsat på att nå förskolor och föräldrar med information om efterhandslyssning.

För att göra utbudet mer tillgängligt för dem som inte behärskar meänkieli fullt ut översätts Meänraatos texter på webben till svenska.

Det kontinuerliga och intensifierade arbetet med programutveckling har som mål att Meänraatio ska vara en nationell kanal som når minoritetspubliken. Meänraatio ska vara tillgänglig och relevant för torne-dalingar oavsett var de bor med ett större digitalt utbud. Redaktionen ska också bidra till att majoritetspubliken får djupare kunskap om Sveriges minoriteter genom att redaktionens specialistkompetens kommer andra redaktioner inom Sveriges Radio till godo. Möjligheterna till detta har radikalt förbättrats efter beslutet om förstärkning av redaktionen och rekryteringen av en programchef.

Tabell 24. Meänkieli – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Vuxna						
Förstasändning	268	259	245	270		
Parallelsändning	274	248	396	409		
Repris	27	37	75	77		
Summa vuxna	569	545	716	756		
Barn upp till 12 år						
Förstasändning	8	26	17	17		
Parallelsändning	26	26	35	35		
Repris	17	0	9	9		
Summa barn upp till 12 år	52	53	61	61		
Ungdomar 13–19 år						
Förstasändning	64	89	89	90		
Parallelsändning	66	92	132	133		
Repris	52	52	49	49		
Summa ungdomar 13–19 år	182	233	270	272		
Totalt meänkieli	803	830	1 047	1 089		

Ökningen för meänkieli avser huvudsakligen utökad sändningstid för programmet *Finnmix*.

7.6.6 Romani chib

Radio Romano och Sisuradio ingår numera i samma område vilket förbättrar möjligheterna att göra angelägen journalistiskt om nationella minoritetsfrågor. Radio Romano, Sveriges Radios program på det nationella minoritetsspråket romani, ska främja och stärka det romska språket, den romska kulturen och den romska identiteten med ett utbud på romani för romanitalande i Sverige.

Under 2017 har Radio Romano fortsatt förändringsarbetet för att bättre svara mot publikens behov och önskemål.

Redaktionen har bevakat samhällsfrågor, politiska beslut och händelser relaterade till den romska minoritetens livsvillkor i Sverige men även bevakat nationella minoritetsfrågor med relevans för målgruppen. Rapporteringen har präglats av uppföljning av tidigare projekt och fördjupningar kring bland annat romsk inkludering i samhället och utbildnings- och omsorgsfrågor.

Några exempel från 2017:

- Radio Romano sände direkt och hjälpte till med programmet i Ekot och lokala P4-redaktioner när Svea Hovrätt kungjorde domen om skadestånd till romer för registrering hos Skåne-polisen enbart på grund av etnisk tillhörighet.
- Utdelningen av Katarina Taikon-priset som gick till tidskriften É Romani Glindas ansvarige utgivare Fred Taikon, aktivisten Maria-Teresa Asplund och yrkes- och volontärnätverket #vistårinteut.
- Livesändning från 5 Folk Festival med Sveriges fem nationella minoriteter i Kungsträdgården, Stockholm.
- Romernas internationella dag den 8 april uppmärksammades genom direktrapportering i FM från fyra orter samt från många fler platser via sociala medier.

Radio Romano bevakar och speglar även frågor som rör identitet, kultur och musik samt frågor som rör barn och unga. I samarbete med Barnradion och inom ramen för *Magiska skrinet* producerades fem nya specialskrivna sagor för den yngsta publiken. Även under 2017 erbjöds särskilda satsningar i jultablån.

Kulturbekynning görs, exempelvis genom direktrapporter från kulturfestivaler i Malmö, Göteborg, Stockholm och Prag.

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. Där publiceras en kort sammanfattning på romani och svenska om vad inslag handlar om.

Radio Romano har rest på turné till Helsingborg, Malmö, Göteborg och Linköping där det finns en relativt stor romsk befolkning. Redaktionen direktsände och publiken bjöds in att komma med önskemål och förslag. Före och efter sändningen var medarbetare tillgängliga för att synliggöra den redaktionella verksamheten och diskutera. Turnén kompletterades med event på Facebook.

En av redaktionens medarbetare är placerad i Malmö eftersom den största gruppen romer bor i Malmö.

Tabell 25. Romani chib – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Vuxna						
Förstasändning	115	115	115	114		
Parallelsändning	115	115	115	111		
Repris	115	115	115	115		
Summa vuxna	345	345	345	340		
Barn upp till 12 år						
Förstasändning	2,6	6,1	6,2	6,1		
Parallelsändning	2,6	2,6	2,7	2,6		
Repris	2,6	2,6	2,7	2,6		
Summa barn upp till 12 år	7,8	11,3	11,5	11,3		
Ungdomar 13–19 år						
Förstasändning	13	13	18	35		
Parallelsändning	13	13	13	34		
Repris	13	13	13	13		
Summa ungdomar 13–19 år	39	39	45	82		
Totalt romani chib	392	395	400	433		

Ökningen av antalet timmar på romani chib avser helårseffekten av ett nytt program för unga romer, vilket under större delen av 2016 fanns som podd, men som i december 2016 även började sändas i FM.

7.6.7 Jiddisch

Sveriges Radio har i många år på olika sätt uppmärksammat det nationella minoritetsspråket jiddisch i programverksamheten. Sagor på jiddisch ingår i *Magiska skrinet* som finns på webben och som kan laddas ned. De nya sagorna sänds även i FM-kanalen P6.

P1 sände 2017 en ny omgång av serien *Jiddisch far alle* – korta program på jiddisch om hur språket lever i Sverige och världen i dag. Serien finns för nedladdning.

I *P2 Live* hördes flera konserter med grupper som inspirerats av klezmermusiken såsom Tzeitel som medverkade vid Urkultfestivalen och Freudenthal Yiddish Orchestra från Nalen.

I webbkanalen P2 Världen spelar sånger på jiddisch och klezmermusik regelbundet.

Tabell 26. Jiddisch – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	1,2	1,2	1,5	1,5		
Parallelsändning	0,0	0,0	0,0	0,0		
Repris	0,0	1,0	0,7	0,3		
Totalt jiddisch	1,2	2,2	2,2	1,8		

7.6.8 Utbud på andra minoritetsspråk

Utöver de nationella minoritetsspråken erbjuder Sveriges Radio via internet ett nyhets- och aktualitetsutbud på arabiska, kurdiska (sorani/kurmanji), persiska (farsi/dari), somaliska, engelska och på lätt svenska till en nyanländ publik. Engelska redaktionen sammantar 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 digitala plattformar. Ekot Radio Sweden har en stadigt växande publik och hösten 2017 fanns fler än 160 000 följare på Facebook. Den persiska redaktionen har stor interaktion med sin publik i sociala medier. Publiken består till största delen av unga nyanlända.

Den redaktionella närvaren och sättet att jobba med paketering av nyheterna leder till levande dialog med publiken, som är mycket engagerad och ger ständig återkoppling.

Den dagliga nyhetspodden *Radio Sweden på lätt svenska* som vänder sig till nyanlända och de som läser sfi (svenska för invandrare) har en växande och lojal publik. För att nå fler lyssnare, gjordes en särskild satsning mot sfi-lärare under våren vilket ledde till att fler nyanlända hittade till programmet.

Sammanslagningen med Ekot 2016 har under 2017 lett till att redaktionens egna nyheter når fler och är mer relevanta för sin publik. Radio Swedens publik får en snabbare, vassare och bättre journalistik. *Ekots* lyssnare får nya perspektiv och nya vinklar genom att reportrar, med bakgrund i en mångfald av kulturer, på olika sätt bidrar med inslag och medverkan.

2017 har varit ett intensivt nyhetsår med många stora händelser. Terrordådet i Stockholm, it-skandalen på Transportstyrelsen, misstroendeförklaringar och annan inrikespolitisk turbulens är några exempel. Ekot Radio Swedens publik har fått ett pålitligt public service-utbud som förklarar nyheterna på de fem språken.

Vid terrordådet i Stockholm i april ersattes ordinarie sändningar i P2 och P6 med direktsändningar på engelska och arabiska. Publiken fick nyhetsuppdateringar hela helgen. Besökarna till SR:s första sida kunde där ta del av rapporteringen på engelska.

I serien *Newcomer Diaries* berättade några nya invånare i Sverige om sina förväntningar inför flytten och hur det senare faktiskt blev. Redaktionen har även lyft frågan om högutbildade ingenjörer och datavetare som har riskerat att tvingas lämna landet på grund av Migrationsverkets tolkning av reglerna för uppehållstillstånd.

En granskning som nominerades till Guldpadén var *Erdogans långa arm* i samarbete med Ekots grävgrupp. Granskningen ledde till sex inslag och ett halvtimmes program på svenska samt publiceringar på kurdiska om hur Turkiet övervakar personer i Sverige.

Ekot Radio Sweden ledde SR:s reporternätverks satsning #gömdisverige där nära hundra gömda papperslösa flyktingar svarade på frågor om sitt liv i Sverige. Resultatet blev ett unikt material och flera inslag, bland annat om psykisk ohälsa och dåliga arbetsvillkor för de flyktingar som jobbar svart. Inslagen publicerades på alla Ekot Radio Swedens språk samt på svenska i flera lokala P4-kanaler och Ekots aktualitetsprogram.

Arabiska redaktionen deltog i ett samarbetsprojekt om flyktingar i Europa tillsammans med EBU, Westdeutscher Rundfunk (WDR) och BBC. Genom samtal, gäster och reportage från Berlin, Malmö, Bekaa-dalen, Kairo och Aten skildrades i serien *Outside Source* syriska flyktingars vardagssituation i fem länder. Utgångspunkt och BBC:s inspiration till serien var programmet *Syrien inifrån* från våren 2015 där syriska flyktingar i ett samarbete mellan arabiska redaktionen och *Konflikt* berättade om sina nya liv i Sverige.

Kurdiska redaktionen bevakade folkomröstningen om kurdisk självständighet i irakiska Kurdistan. Här fick en svensk-kurdisk publik balanserad och opartisk rapportering när övrig kurdisk media tydligt tog ställning.

När Sveriges militära insatser i Afghanistan 2002–2014 utvärderades under 2017 intervjuade den persiska redaktionen boende i och kring Mazar-e Sharif om deras intryck och upplevelser av den svenska insatsen. Dessa intervjuer bidrog också till en *Studio Ett Special* i P1.

Arabiska *Talkshow bl'arabi* sänds varje fredag i P2 och P6. Programmet, som riktar sig till en yngre arabisktalande publik, är ett aktualitetsmagasin på arabiska med tvåra kast mellan humor och allvar. Programmet tar upp roliga och relevanta nyheter och samhällsfrågor i Sverige och världen.

Tabell 27. Andra minoritetsspråk – marksänd tid fördelad på språk och sändningstyp, timmar

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Arabiska						
Förstasändning	131	107	27	26		
Parallelsändning	131	113	53	51		
Repris	131	107	26	26		
Summa arabiska	392	325	105	103		
Kurdiska						
Förstasändning	131	101	0	0		
Parallelsändning	131	101	0	0		
Repris	131	101	0	0		
Summa kurdiska	392	302	0	0		
Persiska						
Förstasändning	79	60	0	0		
Parallelsändning	79	60	0	0		
Repris	79	60	0	0		
Summa persiska	236	180	0	0		
Somaliska						
Förstasändning	52	41	0	0		
Parallelsändning	52	41	0	0		
Repris	52	41	0	0		
Summa somaliska	156	122	0	0		
Engelska						
Förstasändning	131	107	26	26		
Parallelsändning	131	113	52	52		
Repris	131	107	26	26		
Summa engelska	392	325	104	104		
Totalt	1 566	1 254	209	207		

Minskningen av sändningstiden för arabiska är en konsekvens av att 2016 var skottår.

Andra minoritetsspråk på internet

Radio Sweden har under 2017 prövat olika vägar att nå nyanlända på arabiska, kurdiska, persiska, somaliska och engelska. Jämfört med 2016 har lyssningen på ljudklipp ökat något på arabiska och engelska men minskat något på persiska och somaliska.

Mycket av denna förändring är relaterad till vilka ämnen som förekommit mest i den nationella debatten i Sverige. Under perioder med mycket nyhetsrapportering kring flyktingar och relaterade frågor syns ett ökat engagemang från publiken, och under perioder med mer nyheter om svenska förhållanden är intresset ofta mindre. Därför arbetar Radio Sweden målmedvetet med att utifrån sin egen journalistik lyfta flyktingrelaterade frågor och frågor som rör nyanlända. Detta arbete behöver intensifieras ytterligare.

Det är tydligt att publiken allt oftare hittar Radio Swedens innehåll via sociala medier och inte lika ofta via SR:s webbsidor. Detta är en trend som även syns i övriga Mediesverige. Sociala medier är sannolikt den viktigaste vägen även för nyanlända till såväl social interaktion som till kunskap och nyheter.

Behovet av digitala mötesplatser bland exempelvis persisktalande personer är stort. Radio Swedens persiska Facebooksida är en av Sveriges Radios största när det gäller interaktion med publiken. I slutet av 2017 hade sidan över 50 000 följare, varav en stor del var under 24 år. Redaktionen har flera gånger deltagit i utbildningsinsatser inom Sveriges Radio för att sprida kunskap om sitt arbetsätt.

I den arabiska målgruppen är bilden mer splittrad och konkurrensen större. Kurdiska har låga siffror på lyssningsklipp, men ett större engagemang på sociala medier.

Radio Sweden har fortsatt ambitionen att i större utsträckning vara den redaktion som ger nyanlända de viktigaste och mest relevanta nyheterna om Sverige. Redaktionen har ett ständigt pågående utvecklingsarbete för att hänga med i den snabba digitalsociala utvecklingen. Detta gäller framför allt valåret 2018 då behovet av opartiskt och kommersiellt obundet innehåll om de politiska debatterna i Sverige, kommer att vara oerhört viktigt för redaktionens målgrupper.

7.6.9 Dialog med berörda grupper

Sveriges Radio har en pågående dialog med publiken genom redaktionerna för minoritetsspråk. Dialogen sker i olika kanaler, under utesändningar, via e-post och telefon och på sociala medier där det är lätt att komma med synpunkter och nå berörda. SR vill särskilt framhålla de satsningar som ägt rum via sociala medier och som lett till en omfattande dialog med publiken under de senaste åren, exempelvis *#vardags-rasismmotmigsomsame*. Projekten har belyst vardagsproblematik som stora delar av publiken har kunnat identifiera sig med.

Sveriges Radio har även arbetat målmedvetet via andra redaktioner än minoritetsspråksredaktionerna och i samarbeten mellan dessa med att speglar minoriteternas levnadsvillkor för att öka kunskapen i majoritets-samhället.

Sveriges Radio har också regelbundet kontakt med representanter för minoritetsorganisationerna vid större sammankomster.

Det är dock väsentligt att understryka vikten av att den journalistiska integriteten bibehålls och att organisationer som regelbundet bevakas måste befina sig ”på armlängds avstånd” för att oberoendet för public service aldrig ska kunna ifrågasättas. I allt högre utsträckning kommer dialogen mellan Sveriges Radio och representanter för olika minoritetsorganisationer att äga rum på strategisk nivå och lednings-nivå.

7.7 Variation i produktionsformer

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 7)

Externa medverkande och produktionsbolag behövs för att Sveriges Radio ska uppfylla företagets 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.

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.

SR har årliga möten med externa produktionsbolag, se avsnitt 4.1.4.

En övervägande del av det samlade utbudet är moderna nyhets- och aktualitetsflöden som produceras av redaktioner i hela landet. Här bidrar utomstående för att skapa ökad kvalitet men, på grund av produktionens integrerade särart, inte mätbar kvantitet i sändningstid. Ett exempel är när en programledare är anställd i egna firman och producent, reporter samt tekniker är anställda av Sveriges Radio. I ett program som sänds en timme i veckan är det då omöjligt att dela upp programmet på hur många sändningsminuter som är gjorda av den externa programledaren och hur många av den interna personalen.

I andra delar av utbudet finns en mer traditionell tablålagd programradio där det är tydligare hur utomstående medverkande och bolag berikar i kvantitativ och kvalitativ bemärkelse.

Det här sättet att producera leder till att Sveriges Radio redovisar utomståendes medverkan i programutbudet mätt i resurser samt antal medverkande och bolag.

Tabell 28. Utomståendes medverkan i Sveriges Radios programutbud, mnkr

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Medverkande och programanställda						
Medverkande	46,9	44,2	42,1	39,0		
Programanställda	92,5	102,0	110,2	108,4		
Delsumma	139,4	146,1	152,4	147,4		
Andra slags produktionssamarbeten						
Anlitade bolag	150,0	157,2	164,1	160,7		
Samproduktioner	2,9	2,7	2,5	2,7		
Förvärv av sändningsrätter	0,5	0,6	0,7	0,8		
Delsumma	153,4	160,5	167,4	164,1		
Musikrättigheter	131,1	153,5	153,2	145,0		
Totalt utomståendes medverkan	423,9	460,2	472,9	456,5		

Sveriges Radios kostnader för utomståendes medverkan uppgick 2017 till 456,5 mnkr, varav musikrättigheter 145,0 mnkr.

Utomståendes medverkan i egen produktion

Programledare, frilansare och experter är viktiga utomstående medverkande i många program. Stora delar av P1 bygger på deras medverkan. *Plånboken* och *Kropp & själ* har regelbunden expertmedverkan liksom *Naturmorgen*, *Radiopsykologen*, *Odla med P1* och *Språket*. Frilansare med speciell kunskaper hörs i *Kaliber* och *Vetandets värld*. I nyhets- och aktualitetsprogrammen *Studio Ett* och *Godmorgon, världen!* finns kommentatorer och krönikörer. Programledarna i *Ring P1* är till största delen utomstående. Extern medverkan är också viktig i P1:s mer underhållande program som *Lantzkampen*, *Spanarna* och *På minuten*.

Författare och skådespelare bär till stor del upp Sveriges Radio Dramas utbud i P1, P3 och P4. Inom musiken finns frilansande presentatörer som sångerskan och sångpedagogen Boel Adler i *Lördagsmorgon i P2*. I *Musikguiden i P3: DJ-set och mixar* guidar några av Sveriges bästa dj:s till ny musik inom house, rap, punk, techno, reggae och metal. *Musikguiden i P3: Session & Live* anlitar utomstående artister och filmare. DAB-kanalen P3 Star tar in artister som ger idolens sida av musiken. *P3 Din Gata* har tre profilerade programledare, producent, musikredaktör och dj som alla är externa.

I Sisuradios kulturmagasin *Kulttuurikeskustelu Koukku* samtalar utomstående programledare med svenska-finska musiker, lärare och grafiker.

I de lokala kanalerna återkommer ofta skådespelare, kulturarbetare och recensenter av film, musik och litteratur. Till exempel har P4 Västernorrland varje vecka en nyhetssatir med skådespelare. P4 Dalarna och P4 Gävleborg sänder kåserier med satiriker. P4 Östergötland har en kulturpanel och P4 Väst en ståuppare i veckans humorprogram.

Andra utomstående experter i P4-kanalerna är kockar, konditorer och matinspiratörer hos P4 Stockholm, P4 Västmanland, P4 Uppland och P4 Gävleborg. En barnpanel kommenterar nyheter i P4 Sjuhärad, P4 Skaraborg har en föräldrapanel och i P4 Värmland medverkar en psykolog. P4 Gotland har auktionist och ornitolog med i sändning, och andra lokala kanaler har hundexpert, trädgårdsmästare och experter på medicin, resor eller säkerhetspolitik.

I *Morgenpasset i P3* och *P3 Nyheter* hörs experter inom tech, politik, spel och juridik. Psykiater och psykolog svarar i *Psyket* i P3.

Radiosporten har ett 30-tal externa experter inom olika idrotter där några återkommer varje vecka och andra under enskilda evenemang. De lokala kanalerna använder sportfrilansare och experter för bevakning av lokal idrott.

Profilerade programledare, producenter och reportrar medverkar i *Ligga med P3* och *Relationsradion i P3*.

Programledare för *Kvällspasset i P4* är de två utomstående profilerna Christer Lundberg och Morgan Larsson. Sarit Monastyrski och Erik Blix leder *P4 Extra*.

Tabellen nedan 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 29. Antal arvoderade medverkande

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Antal arvoderade medverkande	2 220	1 967	1 780	1 490		

Antalet arvoderade medverkande har minskat successivt under tillståndsperioden. För att säkra kompetensen inom områdena ungt, digitalt och lokalt har Sveriges Radio tillsvidareanställt fler

medarbetare. En annan orsak är att flera tidigare medverkande gått över till att starta produktionsbolag, och därmed fortsätter bidra till utbudet i en annan form.

De resurser Sveriges Radio lagt på utomståendes medverkan, i olika former, har legat på ungefär samma nivå under perioden.

Utläggningar till och samarbeten med externa produktionsbolag

Sveriges Radio har 2017 samarbetat med produktionsbolag från olika delar av landet. Bolag anlitas för korta och långa serier och inom olika ämnesområden. Syftet är att få en bredd i utbudet. Vissa produktioner består av enstaka eller några få program och andra produktioner sänds regelbundet över en längre tid.

I P1 är exempelvis *Vetenskapsradion Historia* och *Plånboken* serier som sändes under hela 2017 medan *Robotarna kommer* producerat av Filt AB sändes i fyra delar våren 2017.

Även serier om speciella ämnen görs av externa produktionsbolag. 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 män med funktionsvariationer.
- Göteborgsföretaget Tomas Tengby Produktion AB har producerat *Meny* i P1 för matintresserade.
- Humorprogrammet *THOR Radio* i P3 har producerats av Produktionsbolaget Munck AB.
- Massa Media i Piteå AB har producerat musikprogrammen *P4 Dans*.
- Produktionsbolaget Munck AB har producerat *Barnmorgen med Farzad* som sänds vardagsmorgnar i P4.
- Programserien för romsktalande *Terni Generacia* har producerats av Malmöföretaget Umami Produktion AB för P6.

Inköp av sändningsrätter från externa bolag är en produktionsform som inte är så utbredd i radio-branschen. Under 2017 har Sveriges Radio exempelvis köpt programmet *Guldklavengalan* som sändes direkt från Svenska Dansbandsveckan i Malung. Produktionen gjordes av Massa Media i Piteå AB.

De initiativ som Sveriges Radio tidigare har tagit tillsammans med de övriga nordiska public service-bolagen har sannolikt bidragit till att Produktionsbolaget Munck AB och Filt AB från och med 2016 gör flera produktioner åt DR och NRK. Företagen har även öppnat kontor i Danmark och Norge.

2017 föreläste Sveriges Radios ansvariga för inköp av externa produktioner för chefer inom Nordvision samt besökte NRK:s externredaktion.

Tabell 31. Antal anlitade bolag för programproduktion

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Stockholm	977	1 038	1 071	1 069		
Berwaldhallen	209	177	282	288		
SR Blekinge	5	9	7	9		
SR Dalarna	18	7	33	38		
SR Gotland	16	29	14	10		
SR Gävleborg	19	13	9	21		
SR Göteborg	236	184	198	177		
SR Halland	21	13	26	31		
SR Jämtland	35	16	18	9		
SR Jönköping	18	24	43	33		
SR Kalmar	16	14	17	8		
SR Kristianstad	30	25	54	52		
SR Kronoberg	38	34	108	118		
SR Malmöhus	154	168	162	197		
SR Norrbotten	67	112	99	81		
SR Sjuhärad	10	10	16	19		
SR Skaraborg	45	38	41	34		
SR Radio Stockholm	140	103	12	21		
SR Sörmland	34	20	40	51		
SR Uppland	81	83	124	125		
SR Värmland	32	33	30	24		
SR Väst	12	16	17	13		
SR Västerbotten	56	57	59	50		
SR Västernorrland	34	24	59	52		
SR Västmanland	13	12	15	19		
SR Örebro	22	10	10	8		
SR Östergötland	16	30	14	2		
SR Programteknik	6	8	12	6		
Totalt	2 360	2 307	2 590	2 565		

Tabellen 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 1 674.

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

De största leverantörerna är Produktionsbolaget Munck AB, Filt AB, Massa Media i Piteå AB, A-One Produktion AB, Svenska Medietjänster AB, Tredje Statsmakten Media AB, Produktionsbolaget Prata AB, Blixtexter AB, Tomas Tengby Produktion AB och Lokatt Media HB.

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 de programkategorier som redovisas i detta avsnitt.

7.8.1 Sport

Radiosporten har under 2017 bevakat flera stora mästerskap som ishockey-VM i Tyskland och Frankrike, fotbolls-EM i Nederländerna, sim-VM i Budapest, friidrotts-VM i London och ridsports-EM i Göteborg.

Fotbolls-EM för damer var en omfattande satsning, vid sidan av Sveriges matcher sändes ytterligare cirka tjugo matcher i sin helhet eller i delar. Sju reportrar och experter var på plats och speglade detta mästerskap på ett så initierat sätt som bara en kontinuerlig bevakning av damallsvenskan kan ge.

Från sim-VM och friidrotts-VM sändes samtliga finalpass med expert och referent på plats, och vid ridsports-EM flyttade finalhelgens *Sportextra* ut till Gamla Ullevi där publiken fick träffa profiler från ridsporten och Radiosporten.

Sveriges Radio har under året genomfört ett projekt för att få fram fler kvinnliga sportreferenter. Sex kvinnliga talanger har ingått i satsningen där målet är att de ska höras regelbundet i *Radiosporten*. Fem av sex gör det nu regelbundet, varav en har blivit tillsvidareanställd.

Tabell 32. Sport – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	2 864	2 500	2 610	2 501		
Parallellsändning	147	155	182	179		
Repris	1	23	114	113		
Totalt	3 012	2 678	2 907	2 793		

Radiosporten har haft färre sändningstimmar 2017 än föregående år, då 2016 var ett år med många stora sportevenemang.

7.8.2 Livsstil

Program som berättar om vardagen, relationer och fritidsintressen tillhör kategorin Livsstil. Det är här som lyssnarna kan få tips och nya kunskaper om alltifrån egna hälsoproblem till hur man renoverar gamla hus. Målet för de flesta livsstilsprogrammen är att vara till både nytta och glädje. Experterna berättar om sina specialområden och här finns också exempel från det verkliga livet.

I många av livsstilsprogrammen är publikens medverkan viktig. Lyssnarna ställer frågor eller bidrar med problemlösning och egna erfarenheter. Inte sällan går diskussionen vidare i olika sociala forum efter programmen.

Tilltal och ämnesval varierar starkt beroende på ämne, målgrupp och kanal. Några exempel på livsstilsprogram från 2017:

- I *Husesyn med Ulla Skoog* fick P1-lyssnarna sommaren 2017 följa med på en turné bland äldre hus som behöver räddas för framtiden av byggnadsvårdare, och i *Stadsinspektionen* tittade arkitekturkritikern Mark Isitt närmare på åtta svenska städer ur ett arkitektoniskt perspektiv och ett stadsplaneringsperspektiv.

- I *Pyramiden* porträtteras nyblivna pensionärer som väljer att göra helt nya saker när yrkesarbetet är över.
- *Krocken i P3* var en serie där Mohammed och Marianna berättade om hur de, som unga i Sverige med irakisk bakgrund, hanterar kulturkrockar i synen på skola, familj och relationer. Förutom som podd i tio delar sändes programmet också i delar i FM.
- I *Relationsradion i P3* om relationer får lyssnaren olika råd om sina relationer, exempelvis hur långt man får gå om man misstänker otrohet eller hur man handskas med en tjurig partner.
- Lyssnarna väcks av *SöndagsMorgan i P4* med roliga tips och historier ur verkliga livet.
- I P4:s lokala kanaler är livesstilsämnen en del av innehållet i morgon- och förmiddagsprogrammen. Frågor kring fritidsintressen, relationer och vardagsliv dyker ofta upp kopplade till exempel ur lyssnarnas liv.

Tabell 33. Livsstil – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	3 726	4 149	4 495	4 505		
Parallelssändning	248	184	107	104		
Repris	349	422	597	606		
Totalt	4 322	4 755	5 200	5 215		

7.8.3 Underhållning

Sveriges Radios breda förankring hos lyssnarna beror också på att SR ses som underhållande. Undersökningar visar att detta är en viktig aspekt för radiolyssnande och nöjdhet.

Sveriges Radio sänder program med underhållningskaraktär i de flesta kanalerna, men inriktning, tonfall och målgrupp skiljer sig åt beroende på kanalernas inriktning. Några exempel:

- I *Så funkar det* i P1 testades under 2017 ett nytt tilltal med programledarduon Anders och Måns. Lyssnarnas frågor om precis vad som helst (vad kostar det att tillverka en enkrona? har katter nio liv?) besvarades med en blandning av fakta och humor.
- I *Lantzkapten* i P1 tävlar två lag om vem som mest hängivet har följt med i veckans nyhetsrapportering.
- I *Fråga musikprofessorn* i P2 besvarade programledarduon lyssnarnas frågor om allt från blockflöjtslängder till orkestersammansättningar.
- *Tankesmedjan* i P3 är ett humor- och satirprogram om nyheter, aktuella ämnen och samhällsdebatter med särskild inriktning på inrikespolitik.
- *Fredag i P4* producerades under våren i Malmö och under hösten i Stockholm. Här samsas fredagskänsla och stark humornärvaro med aktualitet. Förberedda spaningar och skrivna manus är strängt förbjudna.

Tabell 34. Underhållning – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	6 172	6 129	5 983	6 018		
Parallelssändning	884	925	1 008	1 009		
Repris	258	302	399	359		
Totalt	7 314	7 356	7 390	7 386		

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

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

P4 bjuder på nyskriven dramatik för barn, nyheter, sport och program av mer underhållande karaktär som musiktävlingen *P4 nästa*. Även kultur, dansbandsprogram och lokala evenemang erbjuds. Varje vardagsmorgon sänds riksproducerade barnprogram i alla lokala kanaler.

Tablån innehåller de tre blocken morgon, förmiddag och eftermiddag samt utgår från hur publikens behov växlar under dagen. Under morgon och eftermiddag är uppdateringen av lokala nyheter och nyheter från *Ekot*, aktualiteter, trafik- och serviceinformation extra intensiv. Förmiddagen innehåller mer av kultur, nöje, livsstil och underhållande samtal, men även här finns nyheter, trafik och väder med som en röd tråd. På eftermiddagarna sänds *P4 Extra*.

På kvällarna sänds aktualitets- och underhållningsprogrammet *Kvällspasset i P4*, *Klartext*, *Sportextra* och *Karlavagnen*. På helgerna sänds *Ring så spelar vi*, *Melodikrysset* och *Svensktoppen* samt lokala nyheter, nyheter från *Ekot*, *P4 Extra*, sport och genreprogram om exempelvis musik.

De lokala kanalerna är också en betydande öppen scen för dialog och debatt i Mediesverige. För Sveriges Radio är det viktigt att tusentals röster ska höras och åsikter brytas. Detta har bara blivit mera betydelsefullt i en allt mer fragmentiserad och polariserad värld där åsiktsbubblor breder ut sig. Vid cirka 200 000 tillfällen under ett år kommer människor till tals genom de lokala kanalerna, i FM och på digitala och sociala platfformar.

7.9.2 Fortsatt utvecklingsuppdrag för lokala kanaler

P4 har målet att bli ännu snabbare, gå mer på djupet och sätta skeenden i sammanhang. De lokala kanalerna har också mer egen granskande journalistik

Förändringsarbetet har fördjupats ytterligare under 2017. En viktig del är att stärka rollen som förmedlare av lokala händelser. Nyheter, även nationella nyheter och världsnyheter, publiceras så snart som möjligt i FM, på webben och i sociala medier. Att vara snabbt ute på plats och sända direkt är ett kärnuppdrag vilket tack vare ny teknik är betydligt enklare än tidigare.

Alla lokala kanaler använder nu pushnotiser som skickas ut till smarta telefoner vilket innebär att publiken direkt får veta när någon nyhetshändelse inträffat som det rapporteras om i FM eller i en digital extrasändning. Pushnotiserna leder alltid mot ett direktsänt ljud.

Snabbhet räcker dock inte. Sveriges Radios lokala kanaler förmedlar också kunskap genom att sätta nyheterna i sammanhang, fördjupa och analysera det som händer. För att snabbare kunna berätta vad som

händer sena kvällar har ett antal P4-kanaler under 2017 haft försök med bevakning på helger och kvällar genom samarbeten inom de geografiska områdena. Under 2018 kommer alla P4-kanalers publik få lokal nyhetsbevakning fram till kl. 23.

Den egna originaljournalistiken prioriteras. Att granska makten och fördjupa är ett grundfundament i public service-uppdraget. De lokala P4-kanalernas utveckling mot fler och bättre granskningar än tidigare fortsätter. 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.

Under 2017 har en satsning på konstruktiv journalistik inletts i stor omfattning. Konstruktiv journalistik handlar om att spegla samhället så som det ser ut och ge publiken hela bilden, inte bara den negativa. Utvecklingsuppdraget för P4 genomsyras nu av denna form av journalistik. Skälet är att människor ska känna igen sig, journalistiken ska bli mer relevant och även sikta framåt mot lösningar av problem.

Programledaren har en ansvarsfull roll i att leda lyssnarna genom dagen, hantera stora nyhetshändelser 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 storstadsrapportrar.

Under 2017 har de lokala kanalerna arbetat med att förändra och utveckla P4 utifrån uppdraget. Det handlar om att sätta avtryck, bli snabbare men också mer underhållande.

De angelägna, agendasättande nyheterna har blivit fler och bättre. Ett exempel är när P4 Sörmland gjorde en större granskning av en av Eskilstunas moskéer. P4 Sjuhäradens avslöjanden om att svarta körskolor ökar och att nyanlända utnyttjas för slavlöner är andra exempel.

Trots att P4 i första hand är en direktsänd kanal ingår i uppdraget att bredda nyhetsbevakningen så att publiken får en vidare kunskap om det som händer runt omkring dem. P4 Skaraborg har gjort en uppmärksam och personlig dokumentär om ett 25 år gammalt och olöst kriminalfall, vilket har lett till att nya uppgifter kommit fram. P4 Gävleborg följde rättegången kring det som är Sveriges hittills största hedersrelaterade mord med nio åtalade och förklarade för publiken vad som egentligen hände då en 23-årig man kidnappades och sedan mördades.

Att berätta saker så snart det hänt kan också innebära att nyheten uppstår i direktsändning som när Solnas moderata kommunalråd Per Granfalk i P4 Stockholms eftermiddagsprogram krävde partiledaren Anna Kinberg Batras avgång. När ett äldre par hittades döda på en gård i Mantorp var P4 Östergötland snabbt på plats och uppdaterade publiken under kvällen. Det är två exempel som visar att lokala kanaler är snabba att berätta vad som hänt och också är snabbt ute på plats.

Programledarna har fortsatt nyckelroller för att ge publiken en mix av innehåll där även det underhållande och mer lätsamma behövs. Tilltalet och valet av ämnen har utvecklats vilket den genomlyssning av samtliga lokala kanaler som görs varje år visar.

P4-kanalerna har under 2017 firat 40 år vilket uppmärksammats på olika sätt. Många kanaler har turnerat runt och sänd från olika kommuner kombinerat med Öppna hus och då frågat publiken vad de tycker om innehållet. Slutsatser från dessa möten kan användas för att utveckla innehållet ytterligare.

Utvecklingsarbetet fortsätter även 2018 då bevakning av kommun-, landstings- och riksdagsvalen blir den stora uppgiften. Där blir den konstruktiva journalistiken viktig för att fullgöra uppdraget att göra politiken begriplig för människor.

7.9.3 Stockholmskanalerna

De närmaste åren kommer befolkningen i Stockholmsområdet att öka kraftigt. Enligt prognosar kommer var fjärde invånare i Sverige att bo i Stockholmsområdet år 2020 och av dessa är en fjärdedel födda i ett annat land.

För att bättre nå denna stora publik, och framför allt den unga och urbana storstadspublik som är för gammal för P3 och för ung för P4, startades i maj 2015 en kanal som skulle vara ett attraktivt alternativ för lyssnarna vid sidan av P4 i Stockholm. Kanalen fick namnet P5 STHLM och är nu inne på sitt tredje år som ung, urban storstadskanal.

Att sprida kunskap om den nya kanalen har dock visat sig vara ett svårt uppdrag.

Därför har P5 STHLM under 2017 fokuserat dels på att informera om kanalens morgonsatsning, som leds av den erfarna radiopersonligheten Titti Schultz och bisittaren Farzad Nouri, dels på att genomföra publika möten runt om i Stockholmsområdet.

Målet är att närmare hälften av innehållet i P5 STHLM ska bygga på publikens engagemang och medverkan. Fem dagar i veckan sänder kanalen från en studio i Kulturhuset i Stockholm. Dit kommer aktuella gäster och kulturpersonligheter och programledarna är snabba på att plocka upp röster från de stockholmare som passerar förbi.

P5 STHLM och P4 Stockholm delar på fyra länsreportar och en rullande radiostudio för att bättre täcka in det stora sändningsområdet med alla förorter och kranskommuner. Tanken är att på detta sätt tydligare knyta ihop storstadens olika områden.

För att bättre nå sin målgrupp har P5 STHLM under 2017 utvecklat arbetet med de digitala plattformarna. Bland annat genomfördes i FM och på digitala plattformar en kombinerad sändning om bostads situationen. Publiken kunde samtidigt kommentera i FM och på kanalens digitala plattformar för att diskutera och föreslå lösningar. Före sändning hade P5 STHLM och P4 Stockholm i samverkan med lyssnarna under flera veckor arbetat med granskningen *#bostadsökes* för att lyfta publikens berättelser och upplevelser om andrahandsmarknaden i Stockholms län. Publiken fick även tillgång till det digitala verktyget *Hyreskalkylatorn*, som beräknade skälig hyra vid andrahandsuthyrning.

P4 Stockholm och P5 STHLM har under 2017 genomfört tio evenemang under rubriken *Publika möten*. Dessa möten var ett nytt sätt att möta publiken kring angelägna frågor. Ett av de mer välbesökta mötena var i Kista bibliotek kring *Hur får vi stopp på skjutningarna?* Det blev ett intensivt och tankeväckande samtal med mäniskor som var direkt berörda. Mötet följdes senare upp i samma lokal med ledande förträdere för Socialdemokraterna och Moderaterna, som tillsammans med lokala politiker och medborgare diskuterade lösningar.

Under evenemanget Järvaveckan var P4 Stockholm och P5 STHLM närvarande varje dag med den rullande radiostudion. Ämnena belystes i sändningar, och lyssnarna bjöds in att delta med synpunkter och reflektioner.

7.10 Beredskap och viktig information till allmänheten

7.10.1 Risk- och sårbarhetsanalyser

SR ska utifrån en risk- och sårbarhetsanalys analysera och värdera sändningsverksamheten så att avbrott så långt som möjligt kan undvikas. Detta arbete ska ske efter samråd med Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB). Analysen ska resultera i beredskapsplaner vilka årligen före den 1 mars ska lämnas till Regeringskansliet (Kulturdepartementet) och till MSB för kännedom. Om högsta beredskap råder i landet ska SR utgöra en självständig organisation med totalförsvarsuppgifter och lyda direkt under regeringen. (Sveriges Radios sändningstillstånd, § 24)

Som en del av en regelbunden beredskapsplanering genomförs risk- och sårbarhetsanalyser av kritiska funktioner för produktion och distribution.

På regeringens uppdrag vidmakthålls reservfunktioner för etermedia för att säkerställa distribution och utsändning av Viktigt Meddelande till Allmänheten (VMA), krisinformation och nyheter. För att kunna upprätthålla sändningar under svåra påfrestningar har Sveriges Radio ett beredskapsavtal med Teracom och Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB).

Sveriges Radio har deltagit i övningar med myndigheter och organisationer och över även regelbundet internt. Kontinuitetsplaner uppdateras löpande för att säkra distribution och alternativa produktionsplatser med tillgång till försörjningssystem, information och kommunikation.

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 i uppdrag att sända Myndighetsmeddelanden och i en överenskommelse med Myndigheten för Samhällsskydd och beredskap regleras hur SR ska sända Viktiga Meddelanden till Allmänheten (VMA) i sina FM-kanaler och med hjälp av en särskild utrustning i den privata lokalradion. SR vidarebefordrar också meddelandet till SVT, TV4 med flera tv-kanaler.

Via ett öppet API⁶² är VMA tillgängligt för alla krisaktörer för bland annat snabb publicering digitalt. Den som vill kan prenumerera på pushmeddelanden så snart det finns ett VMA.

Antalet VMA steg mycket kraftigt under 2017. Totalt sändes 46 VMA, vilket är avsevärt mer än genomsnittet under de senaste åren som har legat på 17 per år.

Det är rimligt att anta att denna förändring speglar en ökad oro och en större krismedvetenhet i samhället. Det finns en mycket tydlig ökning av antalet från april (efter terrorattentatet på Drottninggatan i Stockholm) till september. Den nya möjlighet som SOS Alarm har att skicka ut VMA som sms i mobiltelefoner till berörd befolkning har sannolikt också spelat in. Som tidigare handlade de allra flesta VMA om rök vid bränder, men också om explosionsrisk, utsläpp och förorenat dricksvattnet.

Enligt sändningstillståndet ska Sveriges Radio vid VMA informera i FM och förmedla informationen vidare till andra medier. All ytterligare upplysning via webben eller sociala medier är extra information för att kunna ge så mycket besked som möjligt till publiken.

⁶² Application Programming Interface, strukturerat sätt att komma åt data i ett system.

SR:s förmåga att kunna sända VMA, liksom kärnkraftslarm, testas varje kvartal. Vid 22-tiden den 9 juli 2017 sändes ett felaktigt VMA-larm ut över hela Stockholms län. Så snart det bekräftats att larmet var falskt gick Sveriges Radio ut i beredskapskanalen P4. SR deltog i MSB:s utvärdering av fälsklarmet, vilken visade att problemet legat hos SOS Alarm och att Sveriges Radios agerande hade varit korrekt.

SR sänder även året runt veckan runt i de lokala kanalerna en rad myndighetsmeddelanden om sådant som är av vikt för allmänheten, men som inte är så allvarligt som VMA.

Det mest omfattande uppdraget inom serviceområdet är Trafikredaktionens cirka 100 000 trafik- och servicerapporter per år. De flesta rapporterna sänds under lokalradiotid, men publiken vet att den kan få sådan information när som helst under veckan och dygnet. En dominerande del av innehållet är information om bil- och kollektivtrafik. Även störningar på samhällets infrastruktur som oväder och elavbrott är angeläget för publiken att få information om.

Efter terrorattentatet i Stockholm kunde Trafikredaktionen snabbt rapportera om inställd kollektivtrafik. Redaktionen fortsatte att rapportera om detta och om avstängda gator under hela helgen.

90 (91) procent anser att *SR är viktig för trafikinformation*.

81 (82) procent att *SR sänder pålitlig information vid olyckor, elavbrott och oväder*.

80 (80) procent att *SR sänder snabb information*.⁶³

Tabell 35. Service – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	2 271	2 273	2 172	2 224		
Parallelssändning	3	0	0	0		
Repris	3	4	3	3		
Totalt	2 276	2 277	2 174	2 227		

⁶³ Novus Group, Attitydundersökningen december 2017. Siffrorna inom parentes avser 2016.

7.10.3 Utsändningskvalitet

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 4)

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 5)

SR ska upprätthålla en hög säkerhet för produktion och distribution. Sändningarna ska ske med så god säkerhet att eventuella sändningsavbrott blir så korta som möjligt.

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 23)

Sveriges Radio sänder drygt 150 000 timmar i marknätet under ett år. Fel som kan leda till störningar och avbrott uppstår ibland. I förhållande till antalet sända timmar är det inte många fel, men felet är samtidigt viktiga att förstå för att utsändningskvaliteten fortsatt ska kunna vara hög. Störningarna dokumenteras så att felet ska kunna identifieras och åtgärdas för att liknande händelser ska kunna undvikas i framtiden.

Under 2017 har rutinerna för uppföljning av avbrott vidareutvecklats för att ge snabbare uppföljning i närmare anslutning till händelsen.

Kontinuitetsplanerna för de lokala kanalerna har uppdaterats enligt en gemensam mall. Planerna har anpassats till den tekniska utvecklingen och Sveriges Radios nya digitala lösningar.

Ett tiotal kontinuitetsövningar har genomförts under 2017. 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.

7.11 Publikmötens

Ett av Sveriges Radios strategiska mål är att möta publiken där den är. Publikens engagemang och delaktighet är en förutsättning för att Sveriges Radio ska vara en öppen arena där tusentals unika röster hörs och åsikter bryts.

Sveriges Radio bjuter in publiken till dialog och medskapande i många former och på alla plattformar både i och utanför sändning.

Redaktionerna har en ständig växande kommunikation med publiken via sociala medier och flera redaktioner arbetar med nätverk av lyssnare som aktivt är med och bidrar till innehållet. Sveriges Radio har även en omfattande och väl etablerad kontakt med publiken genom utesändningar, studiebesök, Lyssnarservice och publika möten.

I de lokala P4-kanalerna sker dagligen direkta publikmöten dels genom program som sänds från platser utanför radiohusen, dels genom att mobila reportrar rör sig ute bland människor.

Dessutom medverkar publik i ring in-program, debatter och undersökande journalistik.

Evenemang

Evenemang och utesändningar är en del av Sveriges Radios utbud. Utesändningarna tar radion ut ur radiohusen och till människorna.

Sveriges Radio producerar större evenemang för att lyfta fram olika delar av utbudet i mer publik form. Dessa evenemang ger publiken unika upplevelser och gestaltar utbudet på många olika sätt. Det övergripande målet för evenemangen är att engagera publiken i SR:s utbud i stort och låta publiken känna att utbudet finns till för dem. Publikens engagemang och delaktighet är en förutsättning för att Sveriges Radio ska vara till för alla.

Syftet med evenemangsverksamheten kan beskrivas i tre punkter:

- skapa genomslag för SR:s utbud för att nå publiken
- ladda och gestalta SR:s varumärken för att stärka relationen till publiken
- erbjuda kvalitet i genomförande och innehåll för att skapa värde för publiken.

Under 2017 mötte Sveriges Radio ungefär 350 000 människor över hela Sverige genom egna evenemang. Några exempel:

- Lokala P4-kanalers 40-årsfirande
- Ekots öppna 80-årsfirande
- Radiokorrespondenternas turné i Sverige
- Allsång med *Radioapan* från Göteborgs Kulturkalas
- *P3 Guld* och *P3 Ålskar*
- SR Sisusradios *#mittfinland live*, en musikkväll på Kägelbanan i Stockholm med sverigefinsk prägel i samband med Finlands 100-årsfirande.

Evenemangen är självklart en del av programverksamheten. Den som inte kan vara på plats kan ta del av innehållet via FM, sverigesradio.se och *SR Play*.

För att nå målet att engagera publiken bygger de flesta evenemangen på publiskt medskapande. Inför ett evenemang kan det ske i form av en omröstning som påverkar innehållet eller frågor som kan ställas och besvaras på plats. I den rikstäckande musiktävlingen *P4 nästa* består innehållet av lyssnarnas egna låtar, och i år fick Sveriges Radio in nästan 800 bidrag från publiken.

Nästan alla Sveriges Radios evenemang genomförs i samarbete med fria kulturproducenter och syftar till att föra ut kultur- och samhällsinnehåll till hela landet. Sveriges Radios egna evenemang vänder sig till olika målgrupper och tar sig olika uttryck. De kan pågå i allt från två timmar som *P3 Guld* och *P2 Jazzkatten* till en hel vecka som *Musikhjälpen* i P3 och *Östersjöfestivalen*.

Flera av evenemangen, som *P3 Älskar* och *Förstår världen – möt radiokorrespondenterna*, turnerar för att motverka medialt fokus på storstäder.

Evenemangsverksamheten är också ett sätt att spegla medieutveckling i stort. Med *Dokupodd* har Sveriges Radio skapat en arena för alla de nya former av ljudande berättande som växer fram i och med det stora intresset för poddar. Vid *Dokupodd* blandas inspelningar av olika poddar inför publik med seminarier om trender och format. *Dokupodd* är också ett sätt för Sveriges Radio att lyfta fram det talade ordet, något som det finns ett växande publikt intresse för.⁶⁴

Under 2017 startade *Litteraturveckan i P1* för att visa upp P1:s kulturytor som en arena där svensk litteratur och läsare möts. Sändningen av *Dagens dikt* flyttade ut till arbetsplatser, filmades och fick spridning via sociala medier. *Sveriges Radios Romanpris* delades ut i direktsändning från Kulturens Hus i Luleå. *Litteraturveckan i P1* blev lika mycket ett digitalt som ett fysiskt evenemang och nådde därmed fler.

Lokalradions 40 års-jubileum gav många möten med publiken

Publiken har i hög grad medverkat i P4-kanalernas 40-årsjubileum som tagit sig olika uttryck under året, med Öppna hus för allmänheten, turnéer och livesändningar i kommuner och stadsdelar över hela landet.

- P4 Östergötland flyttade ut sändningar till små orter i alla länets kommuner. Syftet var att sätta personer som inte så ofta hörs i det offentliga samtalet i centrum.
- P4 Norrbotten genomförde *En dag i Norrbotten* där redaktionen sände direkt från alla länets fjorton kommuner. Många norrbottningar hördes under dagen, och engagemanget var stort med många kommentarer, bilder, inbjudningar och hejarop på sociala medier.
- P4 Göteborg deltog i en satsning på Sjumilaskolan i Biskopsgården i Göteborg. Skolan är en av landets mest segregerade skolor där tre fjärdedelar av eleverna under flera år gått ut nian utan godkända betyg i alla ämnen. Kanalen ledde en radioskola bland åtondeklassare och lärde ut hur man berättar, intervjuar och källgranskar.
- P4 Stockholm bjöd från scen på en show med artister och medarbetare från förr och i dag under Kulturfestivalen Stockholm.
- P4 Skaraborg sände ett dygn i sträck från torget i Lidköping med underhållning för barn, nattlopp genom staden och cykellopp på 15 mil genom Skaraborg.
- P4 Jämtland firade sitt 40-års jubileum i en köpgalleria i centrala Östersund. Förutom att bjuda publiken på det vanliga utbudet hölls en debatt om vikten av seriös lokal journalistik där även SVT och Mittmedia deltog.

Andra lokala exempel

- Under parollen *Vi delar din vardag* besökte P4 Kronoberg 40 platser i länet. Turnén avslutades med *Fria ordets dag* som på Sveriges Radios initiativ genomfördes tillsammans med SVT, Smålandsposten och Växjö kommun. Sjätteklassare från nästan alla skolor samlades i Växjö Konserthus för att under en halvdag träffa journalister och lära sig mer om yttrandefrihet, källkritik och demokrati och om hur medier arbetar.
- I projektet *Ljusbäraren* har P4 Sörmland sedan ett par år tillsammans med publiknätverket uppmärksammat personer som i stort och smått gör positiv skillnad för sin omgivning.

⁶⁴ Enligt Orvesto Konsument 2017:2 anger 33 procent (2,5 miljoner) av svenskarna att de lyssnar på poddar minst en gång i månaden eller oftare.

- Under Radiohjälvens insamling för *Världens barn* engagerade P4-kanalerna många ur sin publik i olika aktiviteter för att samla in pengar.

Publikmöten i rikskanaler

- *Europapodden* och *USApodden* spelades in inför publik på Bokmässan i Göteborg. Programmet handlade om Tyskland efter valet, frågan om huruvida Katalonien kommer att bli en självständig stat och om varför maträtten couscous är central i en fransk politisk skandal.
- *Lantzkapen* i P1 har sänts direkt från Lund Comedy Festival och Slottsbiografen i Uppsala.
- *Filosofiska rummet* i P1 har sändt ett samtal inför publik från GöteborgsOperan om vad som i dag räknas som syndigt.
- P2 har sedan flera år sitt musiknätverk där engagerade lyssnare ingår och bidrar till programmen. När dirigenten Herbert Blomstedt fyllde 90 år deltog musiknätverket i firandet vid en konsert i Berwaldhallen genom att i förväg skicka in korta hyllningstexter som sammanställdes och överlämnades till dirigenten.
- Radiosporten genomförde publikmöten vid två av SM-finalerna i ishockey då studion flyttade till Kinnarps Arena i Jönköping för att visa upp sin verksamhet.
- I Berwaldhallen möter P2 den allra yngsta publiken vid de återkommande konserterna speciellt riktade till barn, exempelvis *I Mumindalen* med Muminensemblen.
- *P3 Älskar* med livemusik, P3-profiler och humor besökte Kalmar, Stockholm, Helsingborg och Östersund. Även *Tankesmedjan* och *Relationsradion i P3* medverkade i turnén.
- *Relationsradion i P3* har sändt paneldiskussioner direkt från en gymnasieskola och från Campus i Helsingborg.
- P3 i Umeå sände säsongsavslutningen för *Humorn i P3* inför publik på två scener i Umeås kulturhus Väven.
- Tonårskanalen P3 Star gjorde en Idolkampanj där lyssnare fått önska att träffa en idol. Kanalen har även livesänt från röda mattan vid *P3 Guld*, Guldtuben, Rockbjörnen och Grammisgalan.

För elfte året arrangerade Sveriges Radio seminarier med utrikeskorrespondenterna på Södra Teatern i Stockholm. De fjorton programpunkterna om aktuella världshändelser och korrespondenternas villkor direktsändes inför en entusiastisk publik på webben och blev poddar.

Därefter åkte korrespondenter på turné i samarbete med Riksteatern till tolv platser i landet. Det gav publiken på orter som Luleå, Lund och Surahammar en chans att möta korrarna och ta del av deras erfarenheter och upplevelser.

Exempel på fler möten med lyssnare i samband med turnén är på folkhögskolan i Vara, där korrarna även träffade en folkhögskoleklass och en representant från närradioprogrammet Radio Syn. I Karlskrona mötte korrespondenterna två klasser från gymnasieskolan af Chapman. Totalt blev besökssiffran för de tretton orterna cirka 6 000 personer.

P3:s evenemang *Musikhjälpen* firade sitt 10-årsjubileum i Umeå 2017. Evenemanget är unikt genom att innehållet helt bygger på publikens medverkan. Årets tema *Barn är inte till salu* handlade om att sprida kunskap och upplysa om den omfattande sexhandeln med barn. Resultatet för Radiohjälvens insamling i samband med *Musikhjälpen* blev 74 miljoner kronor och 586 000 engagemang.

8 Sveriges Radios publik

Sveriges Radios relation till publiken är fortsatt mycket stark, både i vanliga fall och i extraordinära situationer.

Under en vanlig dag lyssnar 56 procent 12–79 år⁶⁵ eller om även personer 80 år och äldre inkluderas drygt 4,8 miljoner på någon av Sveriges Radios kanaler.⁶⁶ Under en vecka lyssnar 80 procent eller drygt 6,8 miljoner personer på någon av kanalerna. Drygt 1,2 miljoner apparater, i de flesta fall mobiltelefoner, används under en vecka för att lyssna på program i efterhand.⁶⁷

I P4 finns *Sportextra* som är landets största radioprogram. En vanlig söndag lyssnar runt 1,8 miljoner personer på rapporterna från arenor och tävlingar i Sverige och världen.

Vid stora nyhetsslägen blir Sveriges Radios publik ännu större. Under 2017 märktes det bland annat vid terrorattacken på Drottninggatan i Stockholm, då P1:s publik ökade med 50 procent och P4 Stockholms med ungefär 33 procent. Sveriges Radio var det klart största medieföretaget under de inledande timmarna då behovet av snabb och trovärdig information var som allra störst.⁶⁸

Även i vanliga fall är allmänhetens förtroende för Sveriges Radio mycket högt. Sveriges Radio bedöms av de flesta som viktigt för nyhetsförmedlingen, viktigt för kulturupplevelser i Sverige och värt licenspengarna.⁶⁹

Många konsumrar medier och radio på andra sätt i dag än för några år sedan. Trots detta är fortfarande den marksända radion mycket stark och det klart vanligaste sättet att lyssna.

Sveriges Radios utbud är i dag mer tillgängligt än för några år sedan. Alla som vill kan på ett enkelt sätt lyssna på program i efterhand när och var man vill. Närvaron i sociala medier gör det möjligt att dela den egna upplevelsen med andra, och utbudet får ytterligare spridning.

Dessa nya vanor hänger samman med digitaliseringen och rörelsen från linjär lyssning till on demand och från analog till digital. Många av de nya medieaktörerna är globala och konkurrerar med de traditionella, nationella eller lokala om tiden och pengarna. Fler aktörer innebär att konsumtionen delas upp, med en ökad fragmentisering som följd. De stora, traditionella aktörerna är fortfarande stora, men inte lika stora.

I kölvattnet av den förändrade synen på de medier och institutioner som anses höra till etablissemansen, syns en ökad polarisering både i Sverige och i många andra länder. Detta får i ofta till följd att förtroendet minskar.

Sveriges Radios publika ambition för åren 2014–2019 är att behålla en stark relation till publiken oavsett förändringar i medielandskapet och samhället. Visionen är att vara Sveriges viktigaste medieföretag och ledande kulturskapare trots att den svenska mediemarknaden sedan länge är global och digital. Det ska ske genom att Sveriges Radio sätter agendan, behåller det höga förtroendet och möter publiken där den är genom att finnas på de distributionsplattformar där publiken finns och genom att möta publiken i dialog över hela landet.

Hur Sveriges Radio lyckas med sin publika ambition följs kontinuerligt upp i egna publikundersökningar och i radiobranschens gemensamma lyssnarundersökningar. Även vad publiken tycker om Sveriges Radio, om kanalerna och utbudet följs upp regelbundet.

När medievanorna ändras måste också sätten att mäta ändras. Sveriges Radio har därför under 2017 deltagit i ett branschgemensamt arbete för att bättre mäta lyssnandet on demand. Resultatet publicerades

⁶⁵ Kantar Sifos mätningar 2017 på uppdrag av radiobranschen, PPM, 12–79 år.

⁶⁶ Sifos mätning 2017 på uppdrag av Sveriges Radio, CATI, personer 80 år och äldre.

⁶⁷ Sveriges Radios undersökning, med teknik som också används i branschgemensamma Poddindex, 2017.

⁶⁸ Novus Group, Attitydundersökningen december 2017.

⁶⁹ Novus Group, Attitydundersökningen december 2017.

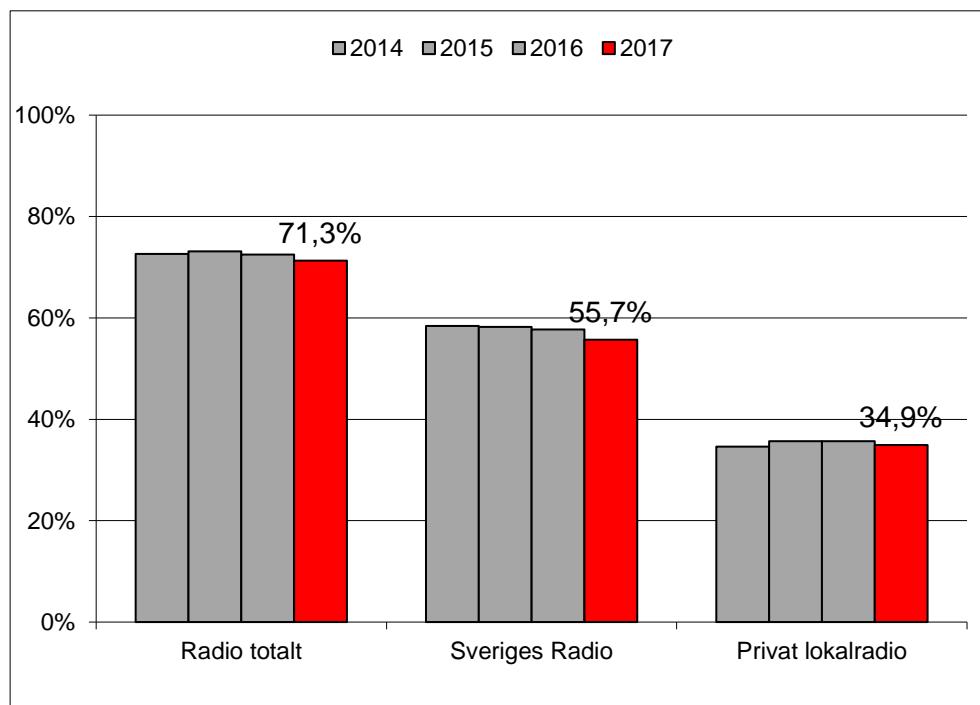
under hösten genom ett så kallat Poddindex.⁷⁰ Därmed kan branschen nu på ett likvärdigt sätt mäta antalet digitala enheter⁷¹ som används för att lyssna i efterhand.

Sverige blev första land i världen med att samla flertalet av marknadens aktörer i en gemensam räckviddsmätning av lyssnandet on demand, vilket väckte stor internationell uppmärksamhet.

Räckvidd för radiokanaler

Den officiella ”branschvalutan” för direktsänd radio innehåller allt kanallyssnande oavsett om lyssningen sker på marksänd radio eller via internet. På uppdrag av radiobranschen i Sverige mäter Kantar Sifo varje dag lyssnandet i en panel som är representativ för landets befolkning 12–79 år.⁷² På uppdrag av Sveriges Radio genomför Kantar Sifo årligen även en mätning för att kartlägga lyssnandet i gruppen över 79 år.⁷³

Diagram 8. Andel 12–79 år som hört något ett genomsnittligt dygn måndag–söndag, procent



Källa: Kantar Sifos radiomätningar 2017, PPM, 12–79 år.

En genomsnittlig dag 2017 lyssnade 71,3 procent av svenskarna 12–79 år, eller drygt 5,7 miljoner personer, på minst en radiokanal från Sveriges Radio eller från något av de kommersiella radiobilagerna. Andelen var något lägre än 2016. Publikens inklusive åldersgruppen över 79 år var 6,1 miljoner.

⁷⁰ Poddindex är en teknisk mätning där robottrafik och multipla nedladdningar på de poddar som är med på listan filtreras bort för att få fram räckvidd och antal lyssningar per podd varje vecka.

⁷¹ Telefoner, plattor och datorer.

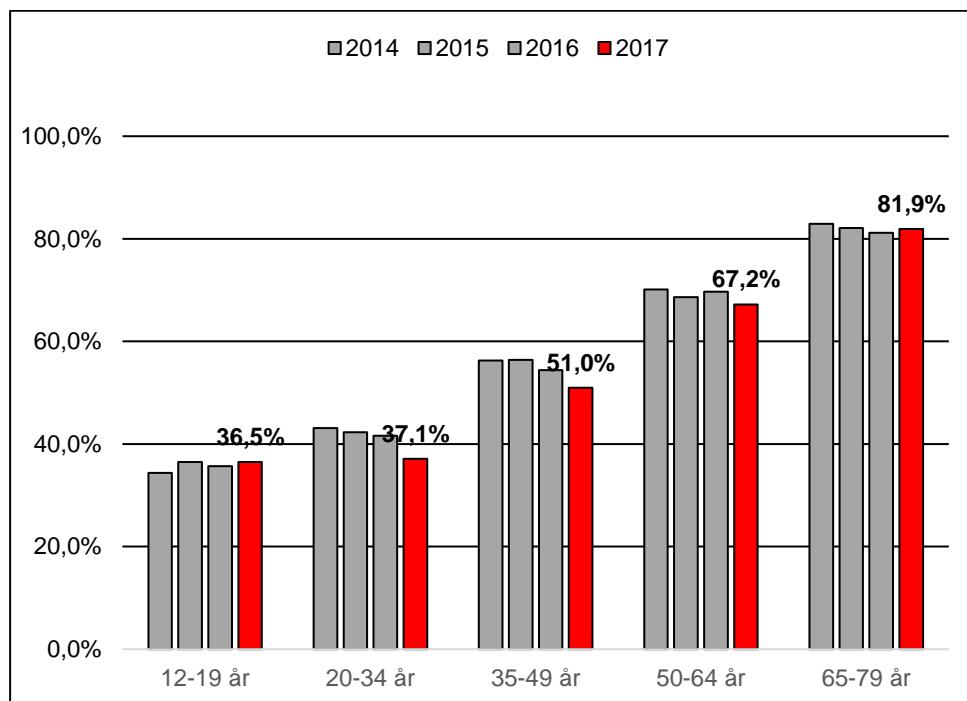
⁷² Metoden för mätningarna är PPM (Portable People Meter) och kriteriet för att räknas som en lyssnare är att man ska ha hört minst tre sammanhängande minuter.

⁷³ Denna mätning görs genom telefonintervjuer och bygger på ett slumpvis urval av 1 050 personer.

Under en genomsnittlig vecka lyssnade 91,2 procent eller 7,3 miljoner (inklusive personer över 79 år drygt 7,7 miljoner).

Sveriges Radios sammanlagda dygnsräckvidd var något lägre 2017 än 2016. En genomsnittlig dag 2017 lyssnade 55,7 procent av befolkningen 12–79 år. Det motsvarar 4,5 miljoner personer eller 4,8 miljoner inklusive lyssnarna över 79 år. Veckoräckvidden var i genomsnitt 79,6 procent. Det motsvarar 6,4 miljoner personer 12–79 år eller 6,8 miljoner inklusive publiken över 79 år.

Diagram 9. Andel i olika åldersgrupper som lyssnat på Sveriges Radio ett genomsnittligt dygn måndag–söndag, procent



Källa: Kantar Sifos radiomätningar 2017, PPM, 12–79 år.

Den sammantagna räckvidden för Sveriges Radios kanaler är högre i äldre åldersgrupper än i yngre. Det beror på att kanalerna P1, P2 och P4 har fler lyssnare över 30 år än under 30 år medan P3 vänder sig till ungdomar och unga vuxna. Under ett genomsnittligt dygn 2017 lyssnade ungefär 37 procent i gruppen 12–19 år, 37 procent i gruppen 20–34 år, 51 procent i gruppen 35–49 år, 67 procent i gruppen 50–64 år och 82 procent i gruppen 65–79 år på minst en av Sveriges Radios kanaler.

Andelen män som lyssnade på Sveriges Radio en vanlig dag var ungefär 58 procent och andelen kvinnor 54 procent.

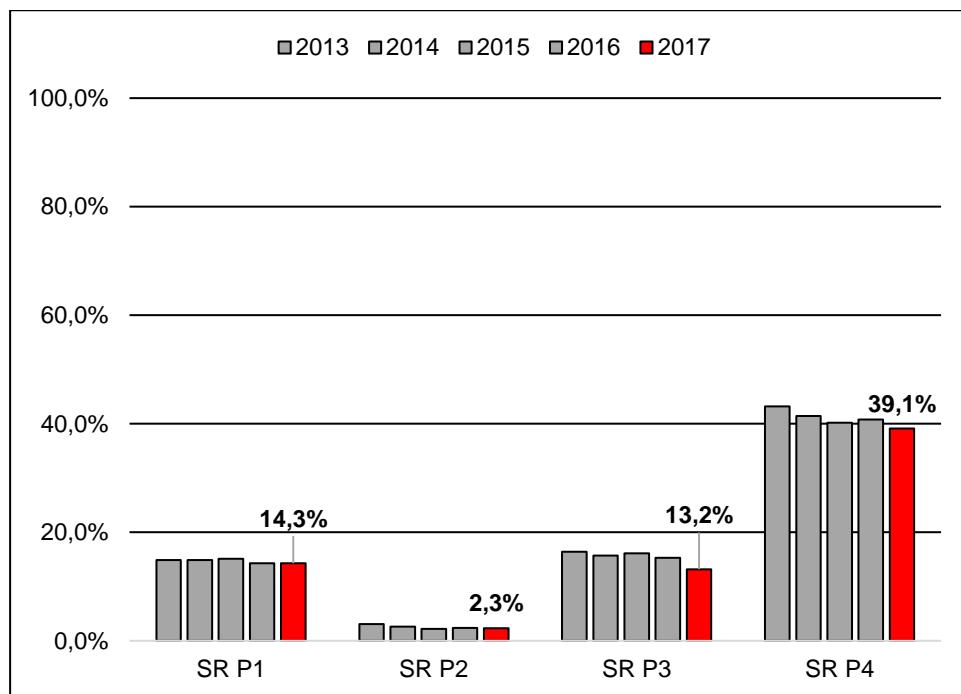
Lyssning på Sveriges Radios olika kanaler⁷⁴

Att lyssna på de linjära kanalerna är fortfarande det klart vanligaste sättet att ta del av Sveriges Radios utbud. Samtidigt ökar efterhandslyssningen eller lyssnandet on demand, särskilt, men inte enbart, bland yngre. En nedgång för det linjära lyssnandet innebär alltså inte med nödvändighet att det totala lyssnandet på en kanals utbud har minskat. Förflyttningen från linjärt lyssnande till efterhandslyssnande är extra tydlig för P3.

⁷⁴ Kantar Sifos mätningar 2017 på uppdrag av radiobranschen, PPM, 12–79 år.

Nedan redovisas enbart utvecklingen för de linjära kanalerna, men exempelvis svarade ungefär 60 procent av 20–25 åringarna att de lyssnar på poddar.⁷⁵ Det säger inget om frekvensen, inte heller om det är poddar från Sveriges Radio eller från någon annan, bara att vanan att lyssna i efterhand är etablerad. Det påverkar både räckvidd och lyssnartid för de linjära kanalerna.

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 Sifos radiomätningar 2017, PPM, 12–79 år.

Drygt 14 procent av befolkningen 12–79 år lyssnade på P1 en vanlig dag under 2017. Detta motsvarar 1,1 miljoner lyssnare 12–79 år och 1,3 miljoner lyssnare inklusive lyssnarna som är 80 år eller äldre. Det innebär att P1:s publik var lika stor 2017 som 2016. I P1:s huvudmålgrupp, personer 20–79 år, var räckvidden 15,1 procent, och i gruppen 30–49 år nådde P1 i snitt 10,4 procent en vanlig dag. Räckvidden bland kvinnor var 14 procent och bland män 14,6 procent.

P2 hade under 2017 en genomsnittlig dygnsräckvidd på 2,3 procent, vilket motsvarar 190 000 lyssnare, 12–79 år eller 220 000 personer inklusive lyssnarna som är 80 år eller äldre. Räckvidden är på ungefär samma nivå som 2016. I huvudmålgruppen 20–79 år nådde kanalen 2,6 procent dagligen. Räckvidden bland kvinnor var 2,4 procent och bland män 2,3 procent.

P3 hade under 2017 en genomsnittlig dygnsräckvidd på drygt 13 procent eller 1,1 miljoner personer i åldern 12–79 år. Det är lägre än 2016. I gruppen 13–34 år var räckvidden 16 procent. I P3:s huvudmålgrupp 20–34 år hade kanalen en genomsnittlig dygnsräckvidd på 19 procent. Räckvidden bland kvinnor var 12 procent och bland män 14,4 procent.

P4 är med en genomsnittlig dygnsräckvidd på 39,1 procent, eller 3 130 000 personer 12–79 år, Sveriges största radiokanal. Inklusive lyssnandet bland personer över 79 år har P4 3,4 miljoner dagliga lyssnare. Lyssnandet var något större 2016 än 2017. Räckvidden bland kvinnor var 37 procent och bland män 41 procent.

⁷⁵ Ungdomsbarometern, slutet av 2016.

Lyssningstid och marknadsandel⁷⁶

Den genomsnittliga lyssnartiden 2017 bland lyssnare och icke-lyssnare var 106 minuter per dygn, vilket är lika lång tid som 2016 och 2015. 81 minuter ägnas åt Sveriges Radios kanaler. Om icke-lyssnarna räknas bort var den genomsnittliga tiden männskor lyssnade på Sveriges Radio 146 minuter per dygn.

Tabell 36. Marknadsandelar, procent⁷⁷

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sveriges Radio	79 %	76 %	77 %	77 %		
Privat lokalradio	21 %	24 %	23 %	23 %		
Summa	100 %	100 %	100 %	100 %		

Sveriges Radio har en marknadsandel (andelen av den totala lyssnartiden) på 77 procent av den svenska radiomarknaden. Längst lyssnar publiken på P4, två timmar och 23 minuter i genomsnitt per dygn och lyssnare. På P1 lyssnar publiken i genomsnitt en timme och 47 minuter, på P2 och P3 i genomsnitt 58 respektive 64 minuter.

Digital lyssning kan ske via Sveriges Radios egna plattformar och via externa plattformar och appar. För webbaserad lyssning tillkommer också den som sker on demand, som lyssning på program i efterhand, på specialpoddar eller exempelvis nyhetsklipp. Även denna typ av lyssning kan ske på Sveriges Radios egna plattformar och externa plattformar.

Lyssningen via digitala plattformar kan till viss del mätas med hjälp av mätarna som PPM bygger på, men också tekniskt. Ett sätt att mäta helheten för lyssning on demand på Sveriges Radios material är den nya typen av mätning som utgör grunden för Poddindex. Sveriges Radio fortsätter under 2018 att utveckla denna metod för att mäta lyssning på egna och externa plattformar.

Diagram 11. Digital livelyssning på Sveriges Radios egna plattformar, antal unika webbläsare/användare per vecka 2017



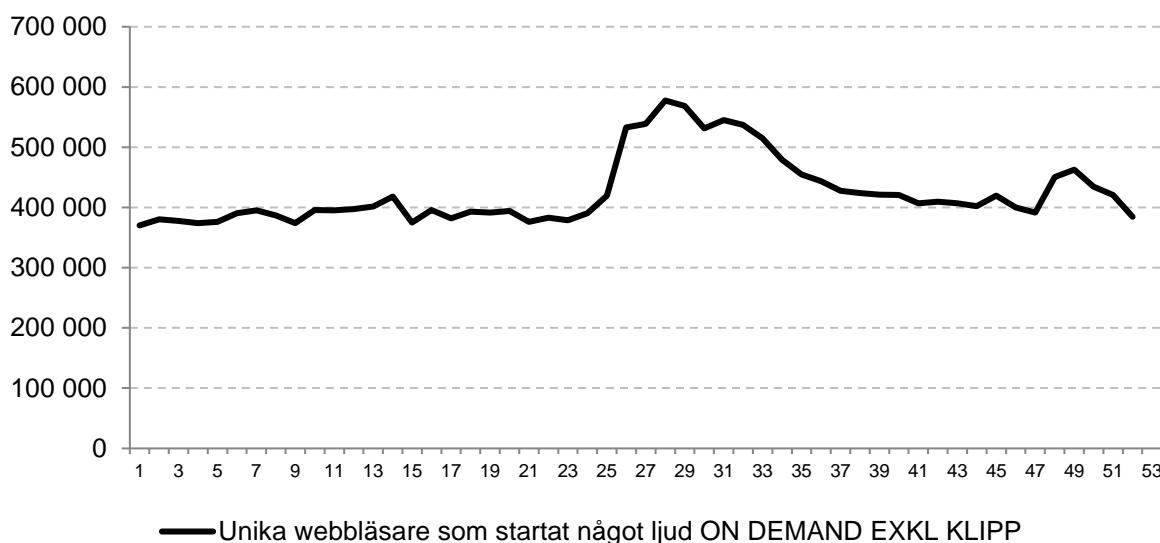
Källa: Google Analytics.

⁷⁶ Kantar Sifos mätningar 2017 på uppdrag av radiobranschen, PPM, 12–79 år.

⁷⁷ Kantar Sifos mätningar 2017 på uppdrag av radiobranschen, PPM, 12–79 år.

Ungefär 880 000 unika webbläsare/användare gjorde under en genomsnittlig vecka 2017 drygt 4 miljoner startar av ljud på Sveriges Radios egna plattformar *sverigesradio.se* och *SR Play*. Starterna avser både linjär lyssning och lyssning on demand där den senare i sin tur omfattar både poddar och ljudklipp.

Diagram 12. Digital on demand-lyssning på Sveriges Radios egna plattformar exklusive ljudklipp, antal unika webbläsare/användare per vecka 2017



Källa: Google Analytics.

Både linjär lyssning och lyssning on demand verkar ha ökat för såväl unika webbläsare som lyssnade timmar per vecka. En mer exakt jämförelse med tidigare år är svår att göra på grund av förändringar i mätsystemet.

Det finns säsongsmässiga variationer i lyssningen under året. Exempelvis minskar den linjära lyssningen under sommaren och runt nyår samtidigt som lyssningsaktiviteten för on demand då ökar mycket, bland annat för *Sommar i P1*. Ett specifikt innehåll men också att inrutade vardagar byts mot ledighet, förklarar hur vanan att lyssna ändras.

Fler använder appen *SR Play* oftare, både för linjär lyssning och lyssning on demand, vilket är en effekt av nyhetspushar för livesändningar. För enskilda program påverkas mönstret för lyssning on demand mycket av när nya serier släpps, medan livelyssningen på till exempel Ekots webbkanal påverkas av när någonting extra stort händer.

Hösten 2017 lanserade Sveriges Radio, Acast, Bauer Media och MTG tillsammans med Sveriges Annonsörer topplistan Poddindex som visar räckvidden för svenska poddar. Samarbetet är resultatet av ett långt gemensamt förarbete där medverkande bolag utifrån internationella riktlinjer byggt egna interna tekniska system för ljudmätning. Systemen har därefter testats och certifierats för att bolagens räckvidds-siffror ska kunna vara jämförbara. Topplistan uppdateras varje vecka och inkluderar respektive bolags lyssning på egna och externa plattformar.

Samarbetet är världsunikt på så vis att det är första gången majoriteten av stora radioaktörer enats om ett gemensamt överenskommet sätt att tekniskt mäta poddlyssning. Med topplistans fokus på räckvidd får branschen en möjlighet att närlägga sig det mätsätt och den terminologi som länge varit standard för mätning av lyssning på det linjära utbudet.

Poddindex visar att Sveriges Radios utbud on demand når drygt en miljon unika enheter i veckan. Topp-listans största podd är *P3 Dokumentär* som veckovis når i snitt 300 000 digitala enheter. Tabellen nedan visar Sveriges Radios största poddtitlar.

Tabell 37. Räckviddssnitt⁷⁸ per vecka för Sveriges Radios största titlar hos poddindex.se

Program	Räckvidd
P3 Dokumentär	300 000
P1 Dokumentär	90 000
Ekot	90 000
Creepypodden med Jack Werner	70 000
Verkligheten i P3	50 000
Morgonpasset i P3	45 000
P4 Dokumentär	40 000
Spanarna	40 000
Snedtänkt med Kalle Lind	40 000
USApodden	30 000

Sveriges Radios största egna digitala plattformar är *sverigesradio.se* och huvudappen för lyssning *SR Play*. *Sverigesradio.se* har under 2017 besöks av i genomsnitt drygt 1,4 miljoner unika webbläsare per vecka och *SR Play* av i genomsnitt 575 000 unika webbläsare per vecka. *Sverigesradio.se* ökade marginellt och *SR Play* med 14 procent jämfört med 2016.

Sveriges Radio arbetar även med att nå ut och skapa relationer via sociala medier. Det totala antalet följare eller gillare ökade fortsatt under 2017 och uppskattades vid slutet av 2017 till nästan 3,5 miljoner för Facebook, Twitter och Instagram sammantaget (en person kan följa ett eller flera konton). Detta är 16 procent fler än vid årets början.

8.1 Publikens mening om Sveriges Radio

Varje år undersöker Sveriges Radio vad publiken har för uppfattning om SR som företag och utbudet. Frågorna handlar bland annat om förtroendet för Sveriges Radio och i vilken utsträckning Sveriges Radio är en viktig röst som nyhetsförmedlare och för kulturen i landet.

Undersökningen genomförs sedan 2009 i månadsskiftet november/december. Den görs av Novus Group på ett representativt urval ur Novus Sverigepanel och omfattar totalt drygt 5 000 intervjuer.⁷⁹ Panelen är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldersspannet 16–79 år. I panelen ingår både personer som lyssnar på Sveriges Radio och icke-lyssnare.

I attitydundersökningen ställs, utöver frågor om Sveriges Radio på en övergripande nivå, *sverigesradio.se*, *SR Play* och Sveriges Radio i sociala medier, även frågor om de fyra P-kanalerna. Resultaten ger värdefull information om hur kanalerna uppfattas av lyssnarna och resultatet används för att utvärdera och utveckla innehållet.

⁷⁸ Räckvidd baseras på antalet unika spelare och är en veckoräckvidd på alla poddar som är med på Poddindex, till exempel en webbläsare, en app eller annan enhet för uppspelning av ljud. Poddkonsumtion sker på en mängd platfformar och metoden för att identifiera unikhet kan anpassas beroende på plattform.

⁷⁹ Novus Group, Attitydundersökningen december 2017.

Sveriges Radios programområden – viktighet respektive betyg

I undersökningen frågas hur viktiga Sveriges Radios program inom olika områden är samt vilket betyg de svarande ger SR inom varje programområde. Syftet är bland annat att se om allmänheten anser att Sveriges Radio prioriterar rätt i sitt utbud.

År efter år är bilden den samma: trafikinformation och nationella, internationella och lokala nyheter är de allra viktigaste programområdena. Därefter kommer väderinformation och program inom området politik/samhälle.

Andelen som anser att respektive område är viktigt är i stort sett oförändrad jämfört med tidigare år. 90 procent anser att trafikinformation är viktig och nästan lika många att nyheter är viktiga. Andelen som anser att lokala program är viktiga har ökat de senaste två åren, från 61 procent 2015 till 69 procent både 2016 och 2017. Över tid har även politik/samhälle blivit viktigare, men inte från 2016 till 2017. Nyheter värderas högt av såväl yngre som äldre men värderas allra högst i de äldre åldersgrupperna.

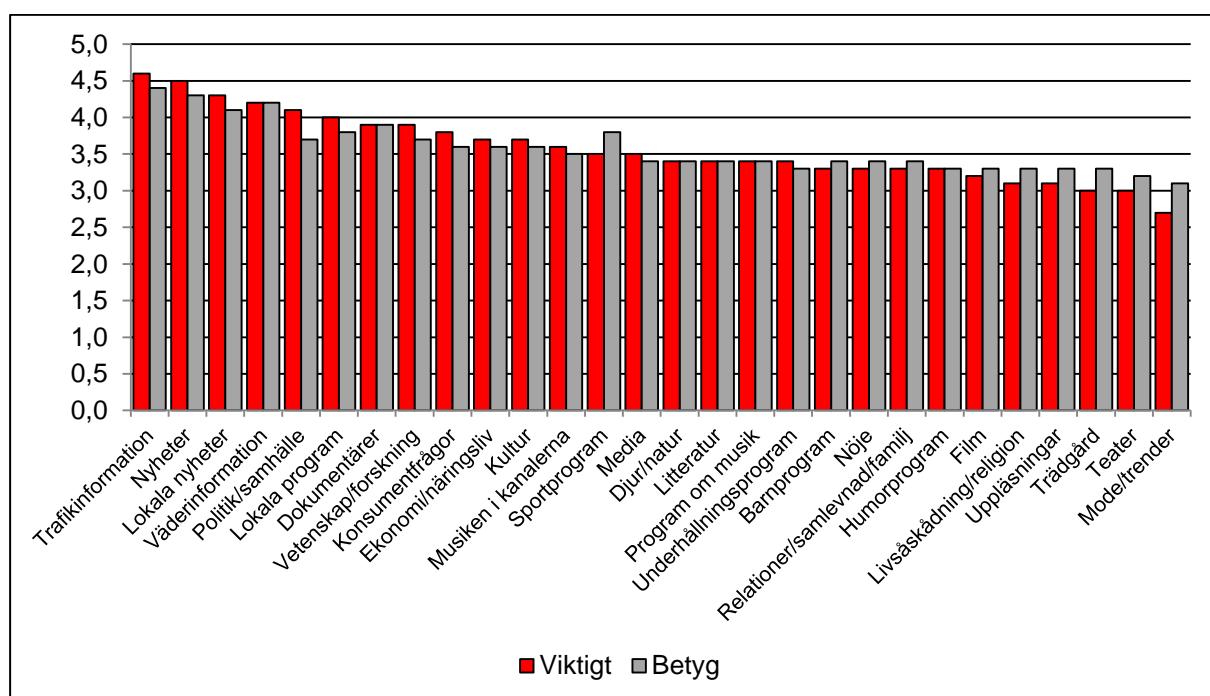
Stabiliteten avseende viktigheten är anmärkningsvärd med tanke på att så många fler aktörer kan leverera snabba nyheter, trafik- och väderinformation i dag jämfört med för några år sedan.

Generellt stämmer Sveriges Radios prioriteringar 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. Förhållandet mellan hur viktiga programmen anses vara och det betyg allmänheten sätter på dem är generellt god.

Några områden som kan sägas vara mjukare till karaktären sticker ut på så sätt att betygen är något högre än viktigheten, exempelvis mode/trender och trädgård. Detta gäller även sport som av tradition delar publiken i två delar: en som gillar och vill ha mycket och en som är ointresserad och inte vill ha så mycket.

Politik/samhälle utmärker sig på motsatt sätt, det vill säga viktigheten anses något högre än betyget. Detta kan möjligen förklaras med att polariseringen i samhället är högre i dag än för några år sedan.

Diagram 13. 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 2017.

Nöjdhet med kanaler och internetbaserade plattformar

Alla som i attitydundersökningen svarar att de använder Sveriges Radio får också frågor om hur nöjda de är med innehållet och sätten att ta till sig det. För att få svara krävs att man lyssnat den senaste månaden och för *sverigesradio.se* och *SR Play* att man använt dem. De som kan lämna omdöme om Sveriges Radio i sociala medier är de som där följer/gillar Sveriges Radio.

Allra nöjdast är P1- och P4-lyssnarna (81 respektive 80 procent av dessa kanalers månadslyssnare är nöjda eller mycket nöjda). 69 procent av P2-lyssnarna och 64 procent av P3-lyssnarna är nöjda eller mycket nöjda med sina kanaler.

Den främsta anledningen till att P2-lyssnarna är något mindre nöjda står sannolikt att finna i att kanalen har ett mer delat uppdrag än exempelvis P1. P2-utbudet över nästan hela landet innehåller bred, flödande klassisk musik, program med smalare musikalisk profil och program på olika minoritetsspråk.

Det främsta skälet till att P3-lyssnarna är något mindre nöjda är sannolikt att en ganska stor del av kanalens publik är äldre än målgruppen. Detta kan innebära att såväl musik som val av ämnen kan upplevas mindre bra än när denna del av publiken tillhörde den faktiska målgruppen. Nöjdheten med kanalen bland lyssnare 15–34 år är betydligt högre, 72 procent, än nöjdheten bland kanalens alla lyssnare.

I samtliga fall är andelen nöjda på samma nivå som 2016. Även jämfört med längre tillbaka är andelen nöjda lyssnare på i princip oförändrad nivå. De enda förändringar som finns över tid är en liten nedgång i nöjdhet bland P1-lyssnare och en liten uppgång i nöjdhet bland P2-lyssnare.

När det gäller de internetbaserade plattformarna är nöjdheten med Sveriges Radios webbplats *sverigesradio.se* lägre, men nästan hälften (45 procent) är nöjda. På samma sätt som P2 är en kanal med flera publiker, kan den lägre nivån för sajten bero på att den innehåller så mycket och vänder sig till så många olika målgrupper. Detta innebär att den inte kan optimera funktionerna för alla önskemål. Nöjdheten med *sverigesradio.se* har varit oförändrad de senaste åren.

Även andelen som är nöjd med Sveriges Radios app *SR Play* är oförändrad de senaste åren, men på en betydligt högre nivå än för *sverigesradio.se*. 68 procent av användarna är nöjda. Anledningen till att nivån skiljer sig åt mellan sajt och app hänger samman med resonemanget ovan. Skälen att besöka *SR Play* är färre, fokus är på lyssning och användarna är på så sätt i någon mening mer homogena och därför enklare att utforma en tjänst för.

Andelen nöjda med Sveriges Radio i sociala medier är 61 procent.

Att möta publiken där den är

”Att möta publiken där den är” är ett av Sveriges Radios strategiska mål. Det gäller tekniskt och handlar då om de olika distributionsplattformar som är relevanta, och det gäller att Sveriges Radio ska vara hela Sveriges radio och rapportera om allmänhetens verklighet.

De internetbaserade plattformarna bidrar tydligt till detta. 71 procent av befolkningen håller med om att de kan höra/ta del av Sveriges Radio när och var det passar dem. Nivån är den samma som 2016 och klart högre än för några år sedan. Ställs frågan enbart till användare av *SR Play* håller 83 procent med.

53 procent av dem som följer/gillar Sveriges Radio via sociala medier svarar att dessa gör SR mer tillgängligt för dem. Ungefär hälften svarar också att kontakten med Sveriges Radio i sociala medier gör att de upptäcker nya saker att lyssna på och att sociala medier ger dem en närmare relation till Sveriges Radio samt möjlighet att delta i diskussioner.

”Att möta publiken där den är”, kan också tolkas mer i termer av perspektiv än av teknik. Även andelen som håller med om att ”Sveriges Radio sänder program från min del av landet” är klart högre 2017 än för några år sedan. 68 procent instämmer i påståendet. 71 procent håller med om att ”Sveriges Radio sänder nyheter från min del av landet”.

Ett tredje sätt att tolka Sveriges Radios strategiska mål ”Att möta publiken där den är” handlar om huruvida den verklighet som SR beskriver stämmer överens med den verklighet som publiken ser och upplever i vardagen. 55 procent håller med om påståendet ”Sveriges Radio som nära min verklighet”, vilket är samma andel som 2016. 55 procent kan tolkas positivt, men också som en uppmaning till utveckling och ett tecken på att samhället är polariserat.

Ungefär hälften instämmer i påståendet att Sveriges Radio ger kunskap om olika människors liv och villkor i Sverige, om Europa och om världen utanför Europa.

Granskande journalistik

Sveriges Radios mål att genom egna, unika granskningar vara nyhetsledande stäms i första hand av mot allmänhetens uppfattning, men även mot hur SR:s nyhetsredaktioner citeras av andra traditionella medieföretag.

Tabell 38. Utveckling över tid av hur några av Sveriges Radios nyhetsprogram citeras av andra medier, antal citat⁸⁰

	2014	2015	2016	2017
Sveriges Radio lokalt	41 658	44 687	47 392	55 287
Ekot	19 702	21 355	26 861	28 303
Enbart Sveriges Radio	14 577	15 290	18 429	17 978
Radiosporten	3 646	3 576	4 345	6 551
Kulturnytt	4 886	3 942	3 006	5 343
Vetenskapsradion	2 407	1 609	3 422	3 215
P1-morgon	647	1 044	917	655
Studio Ett	307	555	423	838
Sameradion	105	292	654	386
Sverigesradio.se	242	239	103	82
Radio Sweden	0	0	9	6
Sisuradio	1	13	14	29
Ekonomiekot	80	36	80	66
Ekots lördagsintervju	419	513	683	939
Totalt SR	88 677	93 151	106 338	119 678

Källa: Retriever december 2017.

”Enbart Sveriges Radio” i tabellen syftar på när Sveriges Radio citeras men utan koppling till en speciell redaktion eller ett program.

Sveriges Radios redaktioner gör ett fortsatt stort avtryck i andra medier. Det gäller framför allt lokala kanaler och *Ekot*, men också Radiosporten och *Kulturnytt* hade ett större genomslag 2017 än 2016.

Sedan 2009, då mätserien startade, har det totala antalet citat per år ökat från 48 000 till cirka 120 000.

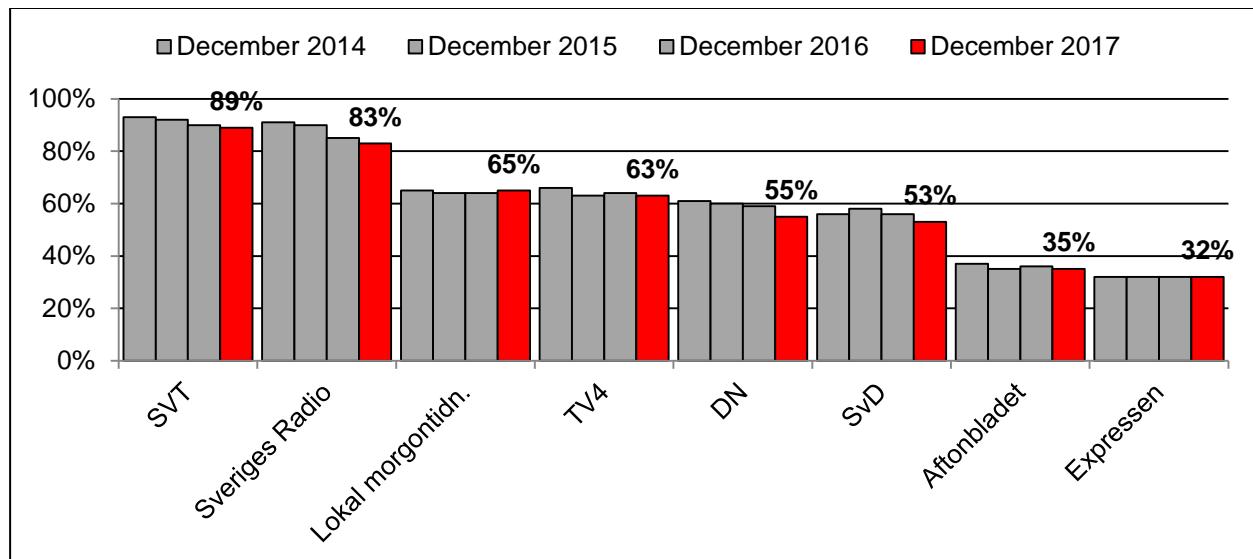
Etablerade mediers nyhetsredaktioner lever i dag i stor utsträckning i samma medievärld oavsett om de från början var renodlade tidningshus eller radio- eller tv-företag. För att underlätta för alla parter har SR

⁸⁰ Tabellen är inte i alla delar jämförbar med motsvarande tabell i tidigare Public service-redovisningar på grund av att sökprofilen har justerats hos Retriever.

under 2017 tecknat avtal med flera av Sveriges största mediehus om en så kallad kreddningspolicy. Detta innebär, som framgår av kapitel 3, att man ska kredda varandra på ett generöst sätt med länkar rakt in till artiklar och inslag.

Allmänhetens uppfattning är mycket viktig. Därför ställer Sveriges Radio frågan om allmänheten anser att SR är en viktig röst i nyhets- och kulturutbudet.

Diagram 14. Hur viktiga eller oviktiga tycker du att följande medier är för nyhetsförmedlingen i Sverige?

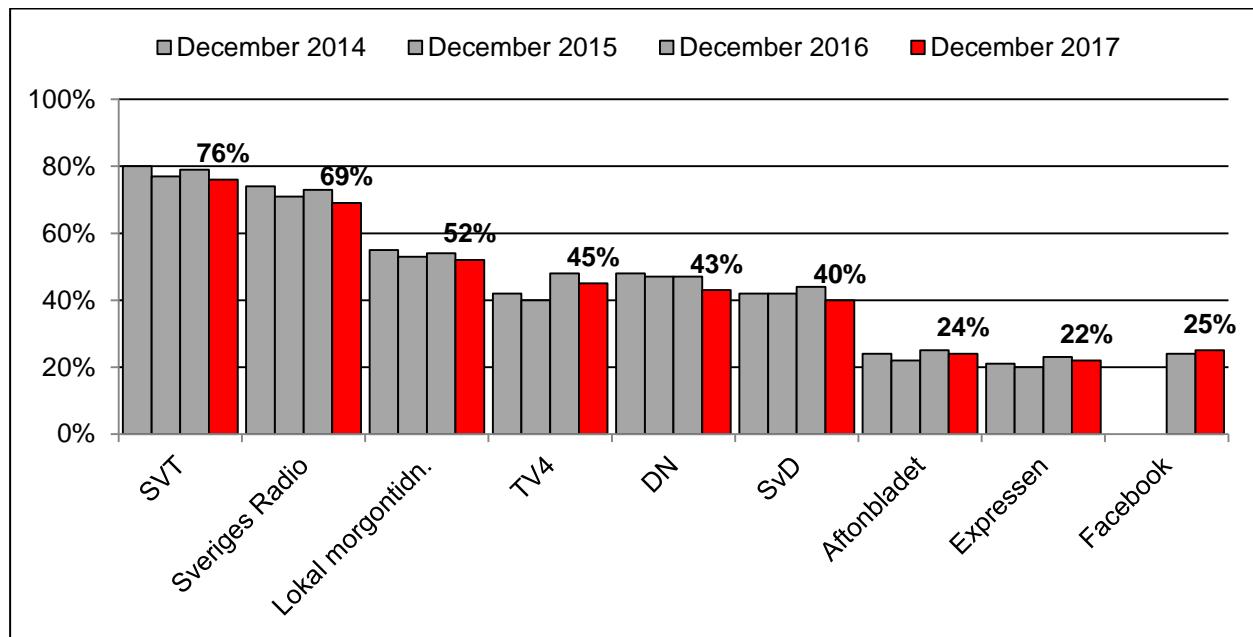


Källa: Novus Group, Attitydundersökningen december 2017.

83 procent svarar att Sveriges Radio är mycket eller ganska viktigt för nyhetsförmedlingen i Sverige. I likhet med tidigare år är det enbart SVT som anses vara något viktigare.

Å ena sidan kan konstateras att andelen som tycker att Sveriges Radio är viktigt för nyhetsförmedlingen fortfarande är väldigt hög trots att det nu finns så många fler sätt att konsumera nyheter på från så många fler nationella och internationella leverantörer. Å andra sidan kan konstateras att andelen är några procentenheter lägre än för några år sedan. Fragmentisering, digitalisering och globalisering spelar roll, sannolikt också polariseringen.

Diagram 15. Hur viktiga eller oviktiga tycker du att följande medier är för kulturupplevelser i Sverige



Källa: Novus Group, Attitydundersökningen december 2017.

Bilden är den samma för kulturupplevelser som för nyheter. Sveriges Radio är näst viktigast efter SVT. För Sveriges Radio och andra medieföretag är nivåerna något lägre än när det gäller nyhetsförmedlingen. 69 procent tycker att SR är viktigt för kulturupplevelserna i Sverige, och det är några procentenheter lägre än några år tidigare.

Hälften av befolkningen anser att den ofta hör viktiga nyheter först i Sveriges Radio. Det måste anses vara en mycket hög andel. Det är i dag svårare att vara först med nyheter. Att vara först och samtidigt åtnjuta ett högt förtroende är mycket svårt. Men att vara först med viktiga nyheter går att kombinera med ett högt förtroende då det hänger samman med egen journalistik av god kvalitet, det som ibland kallas agendasättande.

Att vara agendasättande handlar för Sveriges Radios del inte enbart om nyheter utan lika mycket om andra och nya perspektiv på aktuella ämnen och musik. 32 procent instämmer i att de ofta hör ny musik för första gången i SR, och 39 procent instämmer i att de ofta hör diskussioner om aktuella ämnen för första gången i Sveriges Radio. Andelen som svarar att de ofta hör ny musik för första gången är något lägre de senaste två åren än tidigare. En förklaring är sannolikt det ökade användandet av strömmande musiktjänster och YouTube som många yngre även använder för att lyssna på musik.

Sannolikt hänger viktigheten samman med förtroendet för Sveriges Radio. Och förtroendet hänger samman med viktigheten. Både förtroendet och viktigheten hänger samman med utbudet.

76 procent av befolkningen tycker att Sveriges Radio har trovärdiga nyhetssändningar. Det är några procentenheter lägre än för några år sedan, men fortfarande väldigt högt. Att Sveriges Radio uppfattas som en viktig och agendasättande röst kan sägas bero på dels ett mycket högt förtroende, dels det faktum att utbudet levereras snabbt och ger något som ingen annan ger.

Förtroende för Sveriges Radio

Förtroendet för public service och Sveriges Radio är högt både jämfört med andra företag och institutioner som mäts i Sverige och jämfört med övriga länder i Europa.

I Europa är radio det medium som invånarna litar mest på och av alla radioföretag har finska YLE och Sveriges Radio högst förtroende.⁸¹

I SOM-undersökningen som genomförs varje år och som 2017 redovisades i boken Larmar och gör sig till, svarade 74 procent av de tillfrågade att de hade stort eller mycket stort förtroende för innehållet i Sveriges Radio.⁸² Enligt SOM-institutet är förtroendet för svenska medier på ungefär samma nivå som tidigare.

Ändå är det viktigt att peka på att den längre trenden avseende förtroende för stora institutioner i Sverige är bekymmersam, precis som i många andra länder. Om polariseringen och misstron mot dem som kan sägas vara representanter för etablissemanget fortsätter kan det vara svårt att behålla det höga förtroendet. Det blir ännu mer angeläget för Sveriges Radio att ge utrymme för så många olika åsikter och perspektiv som möjligt, uttalade av så många olika personer som möjligt från så många platser i landet som möjligt.

I Sveriges Radios egen attitydundersökning syns en nedgång från en hög nivå till 61 procent avseende andelen som svarar att Sveriges Radio har ett stort personligt värde för dem. Däremot är andelen som tycker att Sveriges Radio har ett stort värde för samhället lika hög som 2016, 78 procent, men lägre än jämfört med 2015 och tidigare.

Att samhällsvärdet är lika stort som föregående år och så högt som 78 procent är både glädjande och viktigt. Att det personliga värdet är något lägre hänger sannolikt samman med faktorer som globalisering, digitalisering, polarisering och teknikutveckling som möjliggör för fragmentisering och individualisering. De sedan många år etablerade vanorna har utmanats och omprövats, alternativen är så många fler och därmed är det svårare att ge ett stort personligt värde.

Nivån är i paritet med den faktiska dygnslyssningen. Det är rimligt att anta att de som inte lyssnar svarar negativt på frågan om personligt värde men kan anse att värdet av Sveriges Radio är större för samhället som helhet.

Sveriges Radio arbetar sedan flera år med dessa frågor för att även i framtiden vara ett självklart val för nästan alla människor i landet. Kontinuerlig publik- och omvärldsanalys görs för att ännu bättre förstå hur allmänhetens behov ska mötas och tillfredsställas.

⁸¹ Trust in Media 2017, EBU.

⁸² Larmar och gör sig till, SOM-institutet, 2017, s. 99–100.

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 2017, 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 2017, 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 2017, 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 2017 tilldelades Sveriges Radio 2 900 mnkr.

Nedan visas medelstilldelning och intäkter vid sidan av avgiftsmedel.

Tabell 39. 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	2 900		
Justering mellan programbolagen	3	2	6	5		
Totalt erhållna avgiftsmedel	2 736	2 789	2 849	2 905		
Avgiftsmedel överförda till RIKAB	-53	-60	-59	-49		
Avgiftsmedel överförda till SRF	-91	-74	-67	-77		
Delsumma överförda avgiftsmedel	-144	-134	-126	-126		
Förändring skuldförda avgiftsmedel	-66	-7	58	72		
Summa intäktsförda avgiftsmedel	2 526	2 649	2 781	2 851		
Intäkter konsertverksamheten	24	22	26	24		
Övriga intäkter	21	24	20	25		
Summa övriga intäkter	45	46	46	49		
Summa avgiftsmedel och övriga intäkter	2 570	2 695	2 827	2 900		
Sidoverksamhet	12	12	8	10		
Summa intäkter	2 583	2 707	2 835	2 910		

Intäkter vid sidan av avgiftsmedel

Vid sidan av avgiftsmedel har Sveriges Radio övriga intäkter på 59 mnkr, inklusive sidoverksamhet. Drygt 40 procent utgörs av biljettintäkter från Sveriges Radios Symfoniorkesters och Radiokören 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, Svenska institutet och Estlands ambassad bidrog 2017 med totalt 1,75 mnkr. Beloppet ingår i Övrigt i tabell 41.

Tabell 40. Intäkter vid sidan av avgiftsmedel, mnkr

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Intäkter konsertverksamheten	22,8	21,6	25,6	24,4		
Turnéverksamhet Radiosymfonikerna och Radiokören	8,3	5,6	4,5	4,6		
Hyresintäkter	0,4	0,7	0,9	0,7		
Lönebidrag	1,8	1,3	1,2	1,2		
Kompensation sociala avgifter musiker och korister ⁸³					3,9	
Julkalendern	1,8	1,3	1,4	1,3		
Övrigt	9,6	15,7	12,4	13,3		
Sidoverksamhet	12,4	11,8	7,6	9,7		
Summa	57,1	58,0	53,6	59,1		

Kommersiella samarbeten

I samband med Östersjöfestivalen hade Dagens Nyheter en bilaga i tidningen om festivalen till ett beräknat sammanlagt värde av 275 tkr. Detta har inte 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 produktionsutläggningssavtal med externa produktionsbolag säkerställt att det inte förekommer någon direkt eller indirekt sponsring.⁸⁴

⁸³ Från och med den första januari 2017 slopades det kostnadsavdrag som Berwaldhallen tidigare har gjort vid beräkning av sociala avgifter för musiker och korister. För detta har Berwaldhallen fått kompensation från Kulturrådet.

⁸⁴ I § 6 i produktionsutläggningssavtalen 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.

Resurser för programproduktion

Som Programproduktion räknas programproducerande kostnadsställen, programbestållande funktion, programavtal, webbverksamhet och kostnad för kontribution.

Till Distribution räknas kostnaden för distribution av märksändningar 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 härföras 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 41. Sveriges Radios kostnader per kostnadsslag, mnkr

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Programproduktion	1 618	1 728	1 810	1 874		
Distribution	217	219	204	218		
Övriga kostnader	743	752	816	808		
Delsumma	2 578	2 699	2 830	2 900		
Sidoverksamhet	12	12	11	9		
Summa kostnader	2 590	2 711	2 841	2 909		

Resursandelar för kostnadsslagen programproduktion, distribution samt övriga kostnader för åren 2014–2017 redovisas i tabell 47.

Kostnader per programkategori

Tabell 42. Sveriges Radios kostnader per programkategori, mnkr

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nyheter	960	958	1 002	1 095		
Samhälle	419	464	460	464		
Kultur	318	334	338	360		
Sport	108	129	131	122		
Underhållning	185	200	209	229		
Musik	430	430	515	443		
Service	52	51	46	48		
Livsstil	106	133	129	139		
Summa	2 578	2 699	2 830	2 900		

Tabell 43. Kostnadsandelar per programkategori

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nyheter	37 %	35 %	35 %	38 %		
Samhälle	16 %	17 %	16 %	16 %		
Kultur	12 %	12 %	12 %	12 %		
Sport	4 %	5 %	5 %	4 %		
Underhållning	7 %	7 %	7 %	8 %		
Musik	17 %	16 %	18 %	15 %		
Service	2 %	2 %	2 %	2 %		
Livsstil	4 %	5 %	5 %	5 %		
Summa	100 %	100 %	100 %	100 %		

Sveriges Radios resursfördelning är en konsekvens av de prioriteringar företaget gör för att leva upp till såväl public service-uppdraget som publikens förväntningar snarare än konkreta mål relaterade till andel resurser per programkategori.

Detta är i linje med Sveriges Radios strategiska mål. Inom respektive programkategori görs förändringar på kort och lång sikt vilket är en förutsättning för att kunna bedriva en flexibel publicistisk verksamhet. Såsom utbudet utvecklas blir dessutom gränserna mellan de olika programkategorierna alltmer flytande.

Fördelningen per programkategori är stabil över åren. Kategorierna Nyheter, Samhälle och Kultur utgör tillsammans cirka 65 procent av kostnaderna 2014, 2015, 2016 och 2017.

I avsnitt 3.6, om allmänhetens värdering av olika programkategorier i Sveriges Radios utbud i relation till kostnader, framgår att för i princip alla programkategorier där SR har hög andel kostnader bedömer allmänheten att de är viktiga. Dessa kategorier får även högre betyg.

Detta är en indikation på att Sveriges Radios allokering av resurser mellan programkategorier har prioriterats på ett effektivt sätt.

Investeringar

Den strukturerade investeringsprocessen på Sveriges Radio syftar till att säkerställa att de investeringar som väljs ut är de som ger mest värde och att investeringar genomförs på effektivast möjliga sätt i förhållande till avsatta resurser.

Investeringsplanen är indelad i sex kategorier som följs upp under hela tillståndsperioden:

- redaktionell teknik – tekniska system och verktyg som används för redaktionellt arbete
- administrativ teknik – system för administrativt arbete
- kommunikation – system som är bärare av information som överförs
- servrar och lagring – de medier och system i form av disk- och lagringssystem som lagrar, säkrar och skyddar arbets- och produktionsmaterial (ljud, text, bild, databaser)
- arbetsdatorer – användarnas bärbara datorer och de fasta funktionsdatorerna på redaktionerna.

Tabell 44. Sveriges Radios investeringar och särskilda satsningar fördelade på investeringsområden, mnkr

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Redaktionell teknik	21,8	67,3	43,7	40,5		
Administrativ teknik	19,7	13,5	21,8	35,5		
Kommunikation	47,9	37,0	27,3	40,8		
Servrar och lagring	9,6	8,0	35,1	12,6		
Arbetsdatorer	15,8	10,7	12,2	8,6		
Fordon	2,8	0,0	0,0	0,1		
Totalt	117,7	136,5	140,2	138,0		

Som ett komplement redovisas i tabellen nedan även Sveriges Radios investeringar och särskilda satsningar fördelat per satsningsområde.

Tabell 45. Sveriges Radios investeringar och särskilda satsningar fördelade på satsningsområden, mnkr

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Satsning Digitala Radiohus	4,3	19,5	12,6	34,0		
Satsning Mobilitet	36,0	15,7	14,5	6,0		
Satsning Redaktion 3.0	15,3	20,5	5,3	6,1		
Satsning Ljudinfrastruktur	5,2	1,3	2,4	5,0		
Åter- och nyanskaffningar	56,9	79,4	105,4	86,9		
Totalt	117,7	136,5	140,2	138,0		

Effekten av stora investeringar i infrastruktur kan ofta ge avtryck i verksamheten först efter flera år.

9.3 Produktivitet respektive effektivitet

Effektivitet är för Sveriges Radio relaterat till public service-uppdraget och publikens behov.

Produktivitet handlar om att strukturera arbetet och använda resurserna på bästa sätt för att SR ska vara effektivt.

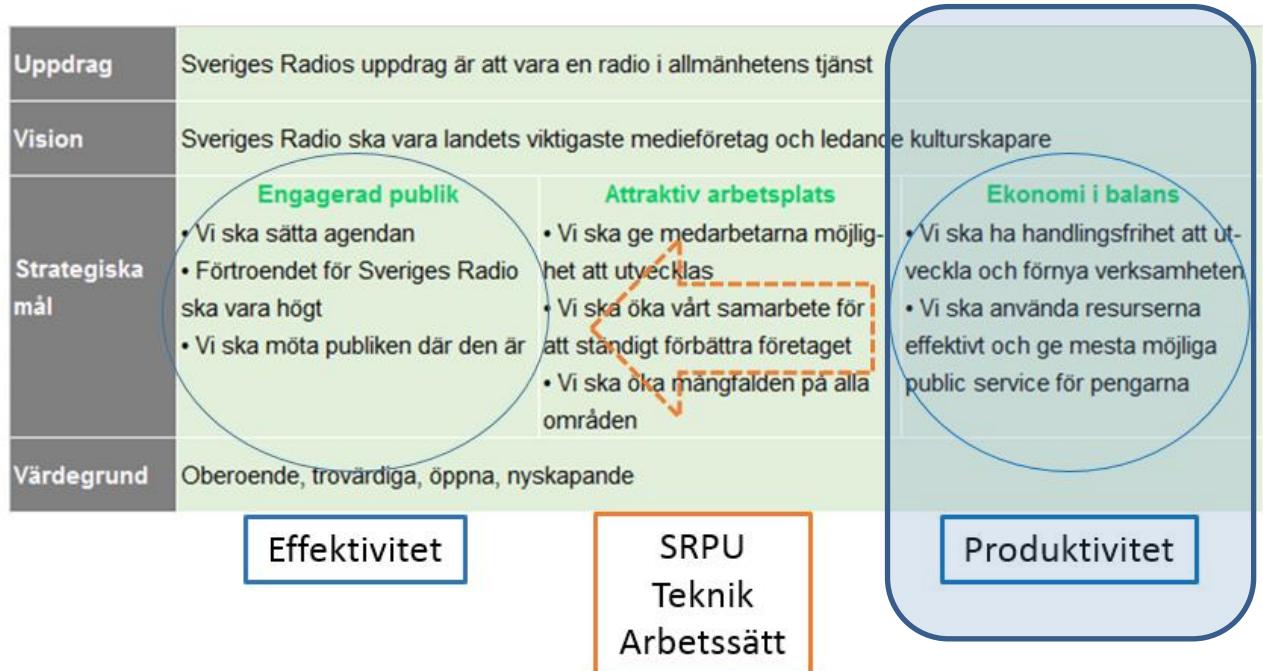
Att vara produktiv innebär för Sveriges Radio att ständigt se över hur resurserna används, för att kunna prioritera och omfördela till utveckling av utbud, teknik och personal. Allt i syfte att vara effektiva, det vill säga att ännu bättre svara mot kraven i uppdraget och ge publiken ett mervärde.

Det finns inga enkla orsakssamband, som att en viss produktivitetsförbättring ger ett omedelbart utrymme för en viss ny satsning. Det är ett löpande arbete och utvecklingsprojekt sträcker sig ofta över många år innan resultatet märks för publiken.

Därför vill SR snarare beskriva på vilket sätt företaget effektiviseras, kompetensutvecklar och omfördelar tid och pengar i syfte att utveckla kvaliteten i verksamheten. Genom att på detta sätt arbeta med produktiviteten och omfördela resurser kan Sveriges Radios personal och inköpt kompetens medverka i utvecklingsinsatser som har till mål att öka effektiviteten.

Sveriges Radio följer upp effektiviteten i termer av samhällsvärde och individvärde. Detta görs med kvantitativa och kvalitativa mått för på vilket sätt och hur mycket SR:s utbud används samt hur allmänheten uppfattar företaget och det utbud som tillhandahålls. Det handlar också om hur större satsningar, utvecklingsarbete och olika former av samarbeten med andra aktörer bidrar till samhället och publiken. Se kapitel 3.

Diagram 16. Sambandet mellan effektivitet och produktivitet



Traditionella produktivitetsmått som kan användas inom exempelvis tillverningsindustri eller annan affärsdrivande verksamhet, är inte relevanta för public service. Sveriges Radios uppdrag är inte att producera så många timmar som möjligt till lägsta möjliga kostnad oavsett kvalitet. I stället handlar uppdraget om vad dessa timmar innehåller och hur de bäst möter publikkens behov.

Enkla kvantitativa mått kan därför bli kontra-produktiva i förhållande till om Sveriges Radio uppfyllt public service-uppdraget. Det finns en risk att man mäter det som går att mäta i stället för att följa upp det som är viktigast i uppdraget.

Villkoren i sändningstillståndet är huvudsakligen kvalitativt formulerade, och för att svara mot dem är det främst kvalitativ utveckling som krävs. Detta leder till att om SR faktiskt uppfyller villkoren bättre, och exempelvis timmar för nyheter eller kultur därmed blir dyrare, skulle mått som indikerar att SR inte varit produktiva vara direkt missvisande, och inte gynna varken uppfyllelsen av uppdraget eller publikkens behov.

Sveriges Radio har därför sedan 2014 valt att inte använda exempelvis kostnad per timme som mått på företagets produktivitet. Däremot redovisas såväl antal timmar som summa kostnader per programkategori och totalt.

För Sveriges Radio är det viktigt att ha en redovisning som svarar mot uppdraget. Med uppdragets mångfasetterade, kvalitativa villkor är ofta beskrivande text det enda som någorlunda rättvist kan visa vad som levereras till publiken.

Sveriges Radio har formulerat produktivitetsmått, 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
- övriga produktivitetsförbättringar och rationaliseringar
- koncernsamarbeten.

Resurser för programproduktion

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. Över tid har Sveriges Radio genom olika produktivitetshöjande åtgärder kunnat omfördela resurser till programproduktionen genom att byta ut gammal teknik, utnyttja tekniken på rätt sätt och genom organisoriska förändringar samt genom omprioriteringar.

Programproduktionen har effektivisrats genom att fokusera på teknisk utveckling. 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 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 distributionsplattformar.

Det är ett kontinuerligt arbete där det gäller att ständigt ompröva och utveckla de interna processerna. Genom att redovisa programproduktionens andel av totala kostnader visas en indikator för hur framgångsrikt Sveriges Radio är i att öka produktiviteten.

Tabell 46. Resurser för programproduktion, procent

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Programproduktion	62,8 %	64,0 %	64,0 %	64,6 %		
Distribution	8,4 %	8,1 %	7,2 %	7,5 %		
Övriga kostnader	28,8 %	27,8 %	28,8 %	27,9 %		
Totalt	100 %	100 %	100 %	100 %		

Resurser för utveckling

Det ekonomiska handlingsutrymmet som frigjorts genom effektiviseringar av verksamheten de senaste åren möjliggör flera stora satsningar under resterande del av tillståndsperioden. 2017 innebar det att cirka 8 procent av Sveriges Radios totala kostnader lades på innovation, kompetensutveckling, förnyelse och den 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 sändningstillståndsperiod.

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.

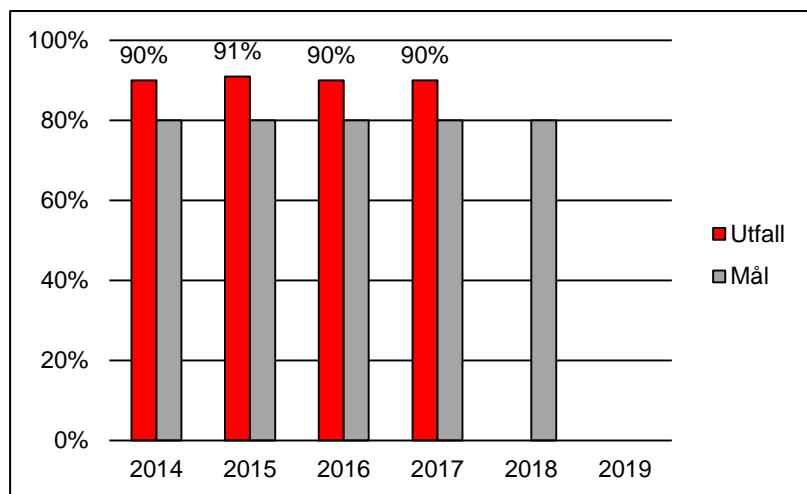
Upphandlingsgrad

Sveriges Radios upphandlingsgrad är ett mått på den andel av totala inköp som görs med avtal upphandlade enligt Lagen om offentlig upphandling (LOU). I enlighet med branschpraxis räknar SR med en genomsnittlig kostnadsreduktion på cirka tio procent vid bibehållen eller starkt 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, låg upphandlingsgraden på 98,0 procent. Totalt låg upphandlingsgraden på 90 procent för 2017.

Diagram 17. Upphandlingsgrad, procent



Övriga produktivitetsförbättringar och rationaliseringar

För att möta nya behov i en publik konkurrenssituation måste Sveriges Radio kontinuerligt pröva om resurser kan flyttas. Under 2017 har SR inom teknikområdet i vid bemärkelse arbetat fram strategier för produktion, studiolokaler, fordon och utrustning för att öka produktiviteten och sänka kostnadsnivån för olika tekniska resurser när strategierna omsätts i praktiken. Strategierna är långsiktiga och kommer att ge effekter fullt ut först 2027 även om vissa effekter är mer omedelbara.

Nedan listas exempel där resurser frigjorts eller kommer frigöras framöver inom vissa områden för att omfördelas till andra för att leverera högre kvalitet eller mer innehåll inom ramen för de medel SR disponerar.

- Utvecklingen av OB-väskan har fortsatt under 2017. Förutom att förenkla för reportrarna används utrustningen även vid större och mer komplexa sändningar med flera ljudförbindelser mellan sändningsplatsen, SR:s radiohus och medverkande från andra delar av Sverige eller världen. Detta har lett till mer flexibla och mobila arbetsätt för reportrar och öppnat för fler och enklare utesändningar.
- Den systematiska upphandlingsprocessen bidrar till ständig produktionsförbättring. Processen leder också till ökad standardisering av varor och tjänster, vilket i sin tur leder till kostnadsminskningar. Tidsåtgången från konstaterat inköpsbehov till färdigt avtal och kostnaden för upphandlingskonsulter har minskat.
- Utvecklingsarbetet för Radiohus Next Generation för lokala kanaler har gått in i en ny fas med fokus på leverans av utrustning till ytterligare ett radiohus första kvartalet 2018. Genom att kombinera teknik för kontribution, OB-väska och mobiltelefonapplikation med möjligheter till avancerad fjärrstyrning av teknisk utrustning kan hela sändningar flyttas ut nära publiken och nära där det händer.
- En del av utvecklingsarbetet med nästa generations radiohus syftar till att minska andelen teknisk utrustning i husen och i stället centralisera så mycket utrustning som möjligt. Arbete pågår för att ta fram morgondagens lösning utifrån behov, flexibilitet och möjligheten till effektiv support och drift.
- Förändringar i programbeställningar och ny lättare teknik möjliggör stora förändringar när det gäller produktionsfordonen. Drygt hälften av nuvarande stora OB-bussar och mellanstora sändarbilar ska avvecklas fram till år 2027 och ersättas med mindre fordon och lättare teknik.
- Generellt inom it har det över en 10-årsperiod skett en standardisering av distribution och ny teknik. Dessa rationaliseringar har frigjort betydande belopp årligen.
- Med mer lättörlig produktionsteknik minskar behovet av fasta studiolokaler. När kvarvarande studior görs mer multifunktionella kan antalet minskas ytterligare.
- 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.
- Inom programverksamheten har det skett en kontinuerlig kvalitetsökning och utökning av det journalistiska arbetet utan motsvarande resurstillskott. Exempel på detta är utbudet av poddar, webb-arbetet 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.

Genom dessa produktivitetsförbättringar har SR kunnat genomföra ett omfattande utvecklingsarbete inom publicistik och teknik, vilket beskrivs på flera ställen i denna redovisning.

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

Koncernsamarbeten

Koncerngemensamma upphandlingar

Under 2017 avslutade de tre programbolagen i samarbete med SRF ett tiotal större gemensamma upphandlingar. Under året påbörjades ett antal upphandlingar som kommer att avslutas våren 2018.

Avslutade upphandlingar avsåg bevakningstjänster evenemang, nätverksprodukter, städtjänster, kaffemaskiner, tryckeritjänster, produktionsfordon, arkitekttjänster, posttjänster, företagspaket och gods samt utrikestransporttjänster.

Påbörjade upphandlingar var företagshälsovård, synundersökningstjänster, banktjänster, resebyråtjänster, taxitjänster, hotell, prenumerationstjänster, flyttjänster, tekniska konsulter konstruktion, låssystem, pc och surfplattor samt LTO-band.⁸⁵

Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF)

SRF är ett kunskaps- och serviceföretag som ansvarar för gemensamma service- och stödfunktioner åt de tre programbolagen SVT, SR och UR. Företaget arbetar på uppdrag av de tre programbolagen och sköter verksamheter som bibliotek, arkiv, telefonväxel, distribution, friskvård och fastighetsförvaltning. SRF är även fastighetsägare i Stockholm, Göteborg och Umeå.

SRF ägs av SVT (61 %), SR (34,4 %) och UR (4,6 %) och finansieras genom att programbolagen avstår avgiftsmedel enligt en kostnadsfördelningsmodell. Antalet anställda är 70.

Lokaler

Programbolagen samlokaliseringar och samutnyttjar lokaler där så är möjligt och rationellt.

Alla tre bolagen är samlokaliserade i Göteborg och Stockholm.

SR och SVT är samlokaliserade i Borås, Halmstad, Kalmar, Karlskrona, Linköping, Skellefteå, Uddevalla, Visby, Örnsköldsvik, Övertorneå och till viss del i Kiruna.

SR och UR är samlokaliserade i Malmö.

Bolagen har gemensamt med SRF ett fastighetsråd som samordnar lokal- och fastighetsfrågor.

Programsamarbeten

Sveriges Radio och Utbildningsradion samarbetar kring *Barnmorgen med Farzad*.

SR och SVT samarbetar kring *Vi i femman*, *Sommarlov*, *Världens barn*, *P3 Guld*, *Melodifestivalen* och *Idrottsgalan*. En del av Berwaldhallens konserter sänds även i SVT.

Alla tre bolagen och Radiohjälpen samarbetar kring *Musikhjälpen*.

⁸⁵ Linear Tape-Open, datalagringsssystem.

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 2017, 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 2017, p. 8)

Sveriges Radios medelstilldelning ska användas till företagets kärnverksamhet, det vill säga radioverksamhet i allmänhetens tjänst. Medlen kan också användas till kompletterande verksamhet definierat som verksamhet som syftar till att utveckla kärnverksamheten och förbättra tillgängligheten, se avsnitt 5.3.

Utöver detta bedriver Sveriges Radio viss sidoverksamhet. Denna mycket begränsade sidoverksamhet utgår från sändningstillståndet, finansieras inte med mottagaravgifter och bedrivs på ett konkurrensneutralt sätt.

Omfattning

Sveriges Radios sidoverksamhet består av följande delar:

- SR Media Development Office (SR MDO) är en fristående avdelning inom Sveriges Radio som arbetar med medieprojekt i utvecklingsländer. Verksamheten bygger på SR:s erfarenhet av public service och värnar yttrandefrihet och demokratisk utveckling. SR MDO arbetar på uppdrag av internationella biståndsorganisationer såsom Sida, organisationer och institutioner inom FN-systemet och EU samt NGO (non-governmental organization).
- Uthyrning av konserthuset Berwaldhallen för konserter, konferenser och andra typer av evenemang.
- Uthyrning av musikstudior i Radiohuset, framför allt för repetitioner.
- Programförsäljning. Privatpersoner kan köpa unika kopior av radioprogram. Dessa levereras på cd och innehåller inget upphovsrättsskyddat material. Sveriges Radio licensierar även inspelningar till externa aktörer för användning i kommersiellt syfte, exempelvis musikinspelningar för utgivning på cd, radioföljetonger för utgivning som ljudböcker, klipp för filmproduktioner och inslag i tv-program eller som del i teateruppsättningar.

Tabell 47. Intäkter och kostnader för sidoverksamheten 2009–2017, mnkr

		Ack. t o m 2008	Ack. 2009 – 2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Ack. – 2017
SR Media	Intäkter		0,0	7,4	5,4	2,7	4,5			20,0
Development	Kostnader		0,0	-6,0	-5,4	-3,3	-4,5			-19,2
Office	Resultat		0,0	1,4	0,0	-0,6	0,0			0,8
Uthyrning	Intäkter		12,0	2,7	2,8	3,2	3,0			23,7
Berwaldhallen	Kostnader		-10,6	-2,7	-2,4	-3,0	-3,0			-21,7
	Resultat		1,4	0,0	0,4	0,2	0,0			2,0
Uthyrning	Intäkter		4,3	0,7	0,9	0,8	0,6			7,3
lokaler,	Kostnader		-2,3	-0,7	-0,5	-0,6	-0,5			-4,6
teknik	Resultat		2,0	0,0	0,4	0,2	0,1			2,7
Försäljning	Intäkter		17,0	1,5	2,6	0,9	1,6			23,6
av varor	Kostnader		-18,4	-1,8	-2,3	-4,2	-1,4			-28,1
	Resultat		-1,4	-0,2	0,4	-3,3	0,2			-4,3
Del av	Intäkter			0,0	0,0					0,0
gemensam	Kostnader			-1,3	-1,3					-2,6
overhead	Resultat			-1,3	-1,3					-2,6
	Intäkter		33,3	12,4	11,8	7,6	9,7			74,8
Summa	Kostnader		-31,3	-12,5	-11,9	-11,1	-9,4			-76,2
	Resultat		2,0	-0,1	-0,1	-3,5	0,3			-1,4
Balanserat nettoresultat	t o m 2008	1,3								1,3
Resultat inkl balanserat	nettoresultat									-0,1

Kostnader för sidoverksamheten utgjorde år 2017 0,3 procent av Sveriges Radios totala kostnader.

Del av gemensam overhead ingår från och med 2016 i respektive sidoverksamhet.⁸⁶ Utifrån att kostnads-påslaget för overhead ska vara relevant och kunna justeras kontinuerligt för att spegla förändringar i verksamheten, har kostnadsslaget Övriga kostnader valts som mått. I detta kostnadsslag ingår kostnader som är gemensamma för hela företaget, såsom ekonomihantering, administration, HR, juridik, kommunikation, marknadsföring, it samt fastighets- och lokalkostnader.

Resultat för respektive sidoverksamhet balanseras mot tidigare års ackumulerade resultat.

Det ackumulerade resultatet för perioden 2009–2017 är positivt för SR MDO, Berwaldhallens lokaluthyrning samt uthyrning av studiolokaler. Däremot uppvisar försäljningen av varor ett negativt balanserat resultat. Den huvudsakliga anledningen till detta är att verksamheten i samband med en omstrukturering 2016 belastades med engångskostnader i form av befara kundförluster för historiska obetalda kundfordringar samt nedskrivning av varulagret. Efter denna omstrukturering har försäljningen av varor för 2017 genererat ett mindre överskott.

Sveriges Radio bedömer att ingen del av sidoverksamheten riskerar att inkräkta på kärnverksamheten eller skada förtroendet för radio och tv i allmänhetens tjänst.

⁸⁶ 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 konserthalter i Sverige. Vad gäller musik- och publikstudiorna i Radiohuset i Stockholm ligger priserna lägre än lite större repetitionslokaler men högre än mindre repetitions- och musikinspelningslokaler. Sveriges Radio gör bedömningen att prisnivåerna för denna typ av lokaler inte har förändrats.

Prissättning vid försäljning av programkopior (licensieringar av inspelningar och program) görs efter omvärldsbevakning. Avstämning mot andra bolags prisnivåer och produktionskostnader görs regelbundet. Sveriges Radios pris baseras på det beräknade PPD-priset⁸⁷ och rekommendationer från upphovsrättsorganisationer. Privatkopior säljs till självkostnadspris.

SR MDO bedriver konsult- och utbildningsarbete inom medieområdet i första hand i låg-och medelinkomstländer utanför EU. Verksamheten finansieras huvudsakligen genom kontrakt med olika biståndsgivare, till exempel biståndsmyndigheten Sida. Vanligen genomförs upphandling vilket innebär att prisnivån sätts i konkurrens med andra företag eller institutioner som är aktiva på samma marknad.

⁸⁷ Published Price to Dealer – pris innan produkten når handeln.

10 Planer för framtiden

10.1 Sveriges Radio mot nytt sändningstillstånd

2016 tillsattes en parlamentarisk public service-kommitté med uppdrag att utreda dels hur public service ska finansieras, dels vilken reglering och vilka villkor som ska gälla. Det nya sändningstillståndet och anslagsvillkoren ska gälla från och med den 1 januari 2020.

Kommitténs finansieringsutredning har föreslagit en övergång till en specialdestinerad skatt. Förslaget remitteras fram till slutet av januari 2018, och regeringen väntas lägga en proposition under våren, men riksdagen fattar troligen inget beslut före valet. Utredningen om uppdrag, villkor och reglering ska vara klar den 29 juni 2018. Senast hösten 2019 måste riksdagen fatta beslut.

Utredningarna görs i samråd med Sveriges Radio, SVT, UR med flera. Kommittén ska inte utreda en sammanslagning av de tre programföretagen.

Sveriges Radio ger sin omvärldsbild, analyserar mediernas utveckling och bidrar med underlag och fakta. Utöver att säkra ett långsiktigt och oberoende finansieringssystem är en av de viktigaste frågorna för Sveriges Radio att värna det breda uppdraget. Ytterligare en viktig fråga är att det ska ingå i uppdraget att SR ska finnas på de plattformar där publiken är och att SR därmed får tillgodoräkna sig utbudet på webben för uppfyllelsen av uppdraget. Sveriges Radio är också berett att ta ett större ansvar för lokal journalistik, om det finansiella utrymmet så tillåter.

10.2 Utbudet

Trovärdighet och förtroende är särskilt viktigt under ett valår. Valet 2018 kommer att präglia utbudet på många sätt, och det kommer att skilja sig åt mellan kanaler och plattformar.

I enlighet med Sveriges Radios nya utbudstrategi arbetar SR inte längre med separata FM-, digitala- och sociala strategier utan i stället med ett utbud som är både linjärt och on demand och som utformas i dialog med publiken. Det linjära lyssnandet är ännu så länge störst, men det finns en rörelse mot mer podd-lyssning.

Nyhetsverksamheten

Nyheterna i Sveriges Radio får ett nytt digitalt uttryck i appen *SR Play* under 2018. Det innebär ett ökat fokus på ljudet som uttryckssätt på digitala plattformar där text, bild och grafik finns med som kompletterande stöd och ska hjälpa att lotsa publiken till ljudet.

Samtidigt utvecklas nyhetsuttrycket även i den linjära direktsända radion. Ekots sändningar i P4 ska utformas så att de passar in i det nya lokala mer sömlösa programformatet. Avsikten är att fler ska höra Ekots sändningar under morgontimmarna.

I början av 2018 utvecklas också den lokala nyhetsbevakningen till att omfatta sena kvällar hela veckan inklusive helgerna. Publicering av nyheterna utanför ordinarie sändningstid sker i FM, på webben, i mobilen och på sociala plattformar. Detta ökar möjligheter att samarbeta med Ekot om lokala händelser på kvällar och helger, något som leder till en ökad spegling av hela landet i de nationella nyheterna eller i de direktsända webbnyhetssändningarna som Ekots liveteam kan starta när som helst.

Valen kommer också att präglia nyhetsåret. Ekot och de lokala kanalerna kommer att samarbeta på flera plan. En satsning görs inom *P3 Nyheter* för att bevaka politik med särskild inriktning på ämnen som intresserar en ung publik. Valen kommer också att speglas i nyhetsutbudet på de fyra prioriterade nationella minoritetsspråken och på fem andra minoritetsspråk.

Med hjälp av Sveriges Radios stora korrespondentnät kan kanalernas olika program ge internationella perspektiv på aktuella frågor med både bred och djup rapportering från alla kontinenter. Bevakningen av det globala spända säkerhetsläget kring Nordkorea, situationen i Syrien och kriget mot IS, liksom Brexit och andra Europafrågor är fortsatt viktiga.

Även utrikesverksamheten kommer delvis att präglas av val som kan få vittgående effekter på flera kontinenter, såsom presidentvalet i Ryssland, det italienska parlamentsvalet och mellanårsvalet i USA.

P3 Nyheter anpassas till ett allt mer sömlöst och flödande utbud i FM, på webben, *SR Play* och på sociala plattformar. Särskilt betonas att *P3 Nyheter* ska ligga i framkant när det gäller digital nyhetsjournalistik. Under 2018 ska redaktionen utöka bevakningen på kvällar och helger för att bli mer heltäckande på alla plattformar.

Programmet *Klartext* för personer med kognitiv funktionsnedsättning och *Nyheter på lätt svenska* för nyanlända är viktiga, inte minst inför valen då de kommer att ge en valbevakning till grupper som annars kanske inte skulle nås.

P1

Under politiskt intensiva perioder brukar lyssningen på P1 öka. Eftersom 2018 sannolikt blir ett hett valår kommer P1 att ha fokus på valen. P1 ska vara en tydlig motvikt till de kampanjer kring alternativa fakta och fejkade nyheter som de senaste åren försökt påverka valrörelser på olika håll i världen. Väljarna ska få ett underlag av fakta, bakgrunder, granskningar, fördjupande samtal och en mångfald av berättelser från Sverige.

De journalistiska granskningarna är fortsatt en viktig uppgift för P1. Grävprogrammet *Kaliber* får 2018 en programledare som ska lyfta fram de undersökande reportrarnas arbete och ta avslöjandena vidare. Sveriges Radio satsar också resurser på att ge reportrar på P4:s redaktioner möjlighet att fördjupa sig i frågor som behöver granskas.

Vetenskap och kultur är viktiga områden i P1 och de senaste två åren har kanalen stärkt detta utbud. Den digitala utvecklingen är den kanske viktigaste samhällsfrågan nu och åtskilliga år framåt, och den påverkar alla människors liv. Med start vid årsskiftet 2017/2018 startas en serie som sänds i FM och som podd och som ska ta upp allt från den explosionsartade digitala utvecklingen i Kina till digitala vardagsproblem för äldre här hemma.

2018 är det hundra år sedan Ingmar Bergman föddes, och det uppmärksamas i en längre serie där kulturredaktionen går på djupet i hans stora produktion.

P1:s *Litteraturvecka*, som startade 2017, får en fortsättning våren 2018 och satsningen utgår från Göteborg.

Publikssiffror för de digitala plattformarna visar på ett starkt intresse för att lyssna på berättelser, både dokumentära och fiktiva. 2018 introduceras programserien *Hungriga hjärtan i P1* med berättelser om kärlek och nära relationer.

Utöver program som sänds på årsbasis erbjuder P1 programserier om livsstils- och samhällsfrågor. Inför 2018 förbereds program om stress och psykisk ohälsa som nu är den vanligaste orsaken till sjukskrivning och Sveriges största folksjukdom.

Även kanalens underhållningsprogram är populära. Under valåret kompletterar Annika Lantz fredagsunderhållningen *Lantzkampen* med dagliga humoristiska kommentarer till nyhetsflödet. Klassiska *På minuten* får en varsam programutveckling när en ny programledare introduceras under 2018.

P2

P2:s uppdrag att sända på andra språk än svenska är en central del av Sveriges Radios uppdrag att nå och speglar hela Sverige. Valåret 2018 ska redaktionerna för de nationella minoritetsspråken erbjuda fördjupning och kunskap om partiernas minoritetsrättsliga politik.

Nationella minoritetsredaktioner förbereder gemensamma granskningar av partiernas minoritetspolitik. Redaktionen för Meänraatio förstärks från årsskiftet och kan därmed bättre granska och bevaka partiernas minoritetsrätsliga politik. Sameradion prövade under valet till Sametinget 2017 hur man med hjälp av bland annat sociala medier kan bli de samiska lyssnarnas köksbord runt vilket politiska frågor diskuteras, och detta arbetssätt kommer att utvecklas under 2018. Radio Romano kommer under valåret lyfta fram den romska gruppens behov av inkludering.

Inför 2018 fortsätter Radio Sweden att inom ramen för Ekot dels erbjuda ett utbud på arabiska, kurdiska, persiska, somaliska och engelska, dels fördjupa bevakningen på svenska av ett Sverige där många olika grupper med skiftande bakgrund möts. Särskilt viktigt är detta under valåret där alla, oberoende av modersmål, behöver kunskap och underlag för att förstå de viktigaste samhällsfrågorna och få fakta om de politiska partierna.

Utbudet för barn och unga på de nationella minoritetsspråken utvecklas. Under 2018 ska Radio Romano mer regelbundet än tidigare erbjuda ett barnutbud samtidigt som ungdomsprogrammet *Terni Generatcia* fortsätter. *Magiska Skrinet* fortsätter och 2018 års saga, som översätts till fem språk, kommer från den romska redaktionen. Sisuradio och Sameradion ska ta fram nya format riktade till en ung publik.

En musikundersökning från 2017 har gett bättre underlag för vilket musikurval publiken föredrar, och musikerbjudandet i kanalen ska följa den kunskap som undersökningen gett. På söndagar skapas inom samarbetet med EBU ett nytt fönster för *P2 Live* där de mest älskade klassiska verken kommer att framföras av de bästa orkestrarna från Sverige och världen.

Berwaldhallen med Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören har en särställning i P2:s utbud. De unika verk som Berwaldhallen och P2 beställer från svenska upphovspersoner ska ge publiken nya musikaliska upplevelser. Exempel under 2018 är att orkestern kommer att göra flera konserter med musik av den svenska tonsättaren Victoria Borisova-Ollas och att Radiokören genomför ett samarbete med Kungliga Musikhögskolan. Genom sändningarna i P2 får landets kultur- och musikintresserade publik under 2018 ta del av 50 nya konserter från Berwaldhallen.

Evenemanget *P2 i Parken* lanseras sommaren 2018 i samarbete med tre mindre orkestrar på orter utanför Stockholm och i nära samarbete med lokala P4-kanaler.

P3

P3 stärker erbjudandet i FM genom att vara mer direktsänd och interaktiv samtidigt som färre och större programtitlar ska förtydliga erbjudandet för publiken. Parallelt genomförs under 2018 stora förändringar och satsningar i podderbjudandet till den unga publiken, med fokus på dem under 25 år.

Plattformsanpassning är en förutsättning för att rätt innehåll ska nå publiken vid rätt tillfälle på rätt plattform i enlighet med tankarna i utbudsstrategin.

P3 Nyheter ska 2018 höras ofta och bli en naturligare del av de direktsända programmen i P3:s tablå, samtidigt som redaktionen fortsätter att utvecklas för att även i framtiden ligga i framkant när det gäller digital nyhetsjournalistik i Sverige. Den fasta nyhetstimmen försvinner för att i stället möjliggöra ett skräddarsytt digitalt och linjärt nyhetserbjudande sju dagar i veckan även kvällstid.

P3 Nyheter bemannar med redaktionella krafter även kvällar och helger. Dessutom utökas redaktionen under 2018 med en särskild valreporter som särskilt bevakar den unga publikens intressen inför valet.

En av de främsta anledningarna till att den unga publiken vänder sig till P3 är musiken. *Musikguiden i P3* får 2018 ett förändrat och utökat uppdrag. Redaktionen ska bli en plattformsberoende musiknyhetsredaktion som bevakar musikvärlden på publikens villkor.

För poddar är strategin att satsa på färre och mer välgjorda poddar som verkligen når fram till publiken. Flera av de poddar som nu finns kommer därför att upphöra för att ge mer kraft och utrymme till andra, till exempel *P3 Dokumentär*, *P3 Historia*, *Creepypodden* och *P3 Serie*. Vid sidan av bland annat dessa titlar testas det nya formatet dramahumor med *Punani_99* riktat till unga gymnasietjejer.

Dialogen med publiken, framför allt socialdigitalt, är viktig för hela P3 men särskilt för *Morgonpasset i P3*, *Relationsradion i P3*, *P3 Nyheter* och *PP3*. Dessa programredaktioner arbetar dagligen aktivt med dialog på olika plattformar som Instagram, Snapchat och Facebook, och de bygger innehåll tillsammans med publiken.

P4

Under 2018 år utökas bemanningen på lokala kanaler för att kunna bevaka sådant som händer på kvällar och helger genom lokala nyhetsuppdateringar, i första hand på webben och i *SR Play* men vid behov även i FM och sociala medier.

De senaste årens flyktingströmmar leder till att många måste skapa sig nya liv i Sverige, vilket innebär nya utmaningar för samhället. Genom att under flera år följa några mänskligar kan Sveriges Radio belysa komplexiteten i migrationsfrågan. SR tror att detta kan ge en fördjupad förståelse för det land som nu växer fram. Projektet *Ett nytt Sverige* pågår fram till valet 2018 och kan följas på alla Sveriges Radios plattformar.

2018 inträffar de stora sportevenemangen vinter-OS i Sydkorea och fotbolls-VM i Ryssland, och Sveriges Radio har sändningsrättigheter till båda evenemangen. Sändningarna från vinter-OS kommer på grund av tidsskillnaden huvudsakligen att sändas på lokal tid i P4 under drygt två veckor. Radiosporten, som hörs alla dagar i veckan, ökar under 2018 ansträngningarna för att möta publikens efterfrågan på dialog i anslutning till stora idrottsevenemang, matcher och tävlingar.

Under 2018 kommer *P4 Extra* turnera i Sverige, bland annat inför valen.

Även *Karlavagnen* kommer att delta i valbevakningen. I anslutning till partiledarutfrågningarna i SVT får lyssnarna chans att under drygt två timmar ställa frågor direkt till partiledarna. 2018 sänds *Karlavagnen* även söndagar.

10.3 Sveriges Radios externa kommunikation

2018 är ett valår, och nyhetsbevakning, utbud och innehåll kommer att vara i fokus. Det är viktigare än någonsin att kommunicera, värna och stärka varumärket Sveriges Radio och de värden som Sveriges Radio står för. Debatten om journalistik i allmänhet och public service i synnerhet är intensiv. Utredningar kring finansieringsmodell, sändningstillstånd och nya villkor för public service-bolagen pågår.

Mot denna bakgrund finns ett stort behov av att kommunicera den nytta som Sveriges Radio gör inte bara för publiken utan för hela samhället. Att stärka varumärket Sveriges Radio, att positionera SR som en trovärdig nyhetsförmedlare med ett varierat och stort utbud och att stötta insatser för att stärka dialogen med publiken kan vara avgörande för framtida villkor och möjligheter att klara uppdraget.

Evenemang

Sveriges Radio bygger relationen till publiken genom att skapa sammanhang och synlighet för SR:s roll i samhället och för programutbudet. Under 2018 kommer ett större antal publika evenemang att genomföras över hela landet. Bland de 18 unika evenemangen, där flera av dem kommer att upprepas under året, finns *Radiokorrespondenterna* på turné över Sverige, *Musikhjälpen*, det nya evenemanget *P2 i Parken* och ett samarbete kring *Melodifestivalen* på samtliga evenemangsplatser.

Marknadskommunikation

Målet under valåret 2018 är att väljarna, särskilt förstagångsväljare och unga, upptäcker den oberoende valbevakningen i Sveriges Radios kanaler, oavsett plattform. Den externa kommunikationen kommer därför ha särskilt fokus på valet, *Ekot*, *P3 Nyheter* och programmen på minoritetsspråk.

Företagskommunikation

För att bättre spegla Sveriges Radio som företag och SR:s bidrag till samhället utvecklas en ny företagswebb inklusive karriärsidor. Den digitala företagskommunikationen utvecklas från en statisk informationsplats till en mera aktiv kommunikationskanal. Målsättningen är att ha ett levande flöde av företagsnyheter. En blogg lanseras där en flora av röster från SR ska höras och ge en tydligare röst i samhällsdebatten. Sveriges Radio ska även utveckla och stärka publikdialogen i de företagsövergripande kanalerna för sociala medier.

10.4 Attraktiv arbetsplats

Sveriges Radios värdegrund vägleder verksamheten och medarbetarna såväl inom företaget som i möten med publiken, samarbetspartner och övriga externa kontakter. Värdegrundens genomsyrar rekrytering, utbildning, medarbetarsamtal, medarbetarundersökningen samt samarbetet och relationen mellan medarbetare och chefer.

Värdegrundens är en stark bärare av arbetsgivarvarumärket. Den kultur och de värden som Sveriges Radio förknippas med står sig väl när man ser vad som värderas högt hos presumtiva medarbetare. Att paketet värdegrundens attraktivt och tillgängligt i all arbetsgivarkommunikation internt och externt är prioriterat under 2018.

Förändringar i omvärlden

Precis som publikens förändrade beteende på mediemarknaden påverkar Sveriges Radios utbud och hur publiken nås förändras även arbetsökandes sätt att förhålla sig till och söka information om framtidens arbetsgivare. SR:s arbetsgivarerbjudande kommer under 2018 att förankras i organisationen och föras ut i all intern och extern arbetsgivarkommunikation. Arbetet kommer bland annat att omfatta en strategi för social medier och nya annonsmallar.

Ökad mångfald

Att öka mångfalden hos personalen med ambitionen att också öka utbudets mångfald har under hela tillståndsperioden varit ett av Sveriges Radios strategiska mål. Ett planmässigt arbete har genomförts i hela företaget.

Alla medarbetare ska få en chans att utveckla sin mångfaldförmåga för att kunna möta och förstå de olikheter som också ska speglas i programutbudet. Alla ledare och chefer ska få konkreta verktyg för att utöka sin förmåga att ha ett inkluderande ledarskap.

För att höja medvetenheten och skapa fler förutsättningar i hela organisationen att stärka mångfalden kommer *Mångfald på Sveriges Radio* bli en av de första delarna på SR:s nya intranät *P0*. Tanken är att man där ska lyfta exempelvis forskning, goda exemplar, statistik och best practice för inspiration och en kunskapshöjande organisation. Det handlar även om att säkerställa att alla nya och nuvarande medarbetare har kännedom om hur Sveriges Radio ser på och arbetar med mångfald.

Arbetsmiljö

Utifrån resultat i medarbetarundersökningen upprättas handlingsplaner för att kunna förbättra arbetsmiljön. Sveriges Radio arbetar med hälsoprocesser för att få en bild av hur medarbetarna mår. Ett program som bland annat innehåller mindfulness och fokusträning och som fokuserar på hantering av stress och medarbetarskap, fortsätter under 2018.

Sveriges Radio kommer att arbeta fördjupat med värdegrundens. Alla chefer ska fortsätta hålla årliga dialoger kring värdegrundens.

För att stärka kunskapen och hanteringen av händelser kopplade till kränkande särbehandling och trakasserier kommer följande utbildningsinsatser att genomföras under 2018:

- Utbildning till chefer och arbetsledare i fakta och dialog kring kränkningar och trakasserier, såsom vad lagen säger och hur cheferna ska hantera dessa frågor.
- Utbildning till medarbetarna kring vad som gäller enligt lag, samt värdegrundsdialoget med fokus på internt perspektiv av ordet öppenhet – hur vi är mot varandra.
- Introduktionsutbildning till alla nya medarbetare kring vad som gäller.
- Särskild utbildning till chefer som går in i t f chefsskap.

10.5 Ekonomi i balans

Budgetarbetet inför 2018 har utgått från Sveriges Radios medelstilldelning 2017 uppräknad med 2 procent.

Det ekonomiska handlingsutrymme som frigjorts de senaste åren möjliggör flera stora satsningar under tillståndsperioden.

Några satsningsområden är

- programsatsningar i FM
- omfattande publicistiska satsningar som syftar till att öka användandet av Sveriges Radios innehåll på mobila plattformar och att bättre spegla befolkningens skilda förutsättningar, levnadsvillkor och bakgrunder
- större fastighetsunderhåll av Radiohuset i Stockholm inklusive fasadrenovering
- teknikskifte till att distribuera ljud över ip
- kompetensutveckling samt utveckling av chefs- och medarbetarskap
- kompetensväxling
- marknadsföring och kommunikation.

Investeringsplan

Investeringsverksamheten koncentreras i huvudsak på följande satsningsområden:

Radiohus Next Generation

Under 2018 fortsätter arbetet med Radiohus Next Generation i Borås, där den andra piloten i satsningen slutförs i slutet av året. Därefter ska konceptet utvärderas och beslut fattas om huruvida det ska införas brett i verksamheten.

Redaktion 3.0

Målbilden för Redaktion 3.0 är att hela tiden förbättra produktionen och att få ett effektivare och mer ändamålsenligt produktionsstöd. Arbetet med att ta Sveriges Radio i den riktningen kommer att fortgå under 2018. Det redaktionella textsystemet ENPS ska uppgraderas vilket innebär stora förbättringar för redaktionella medarbetare. Under 2018 påbörjas även upgraderingen av det redaktionella ljudsystemet Degas.

Ljudinfrastruktur

Projektet att formulera en målbild baserad på modern och flexibel infrastruktur som möter produktionens behov startade 2016 med aktiviteter för att säkra befintlig funktionalitet innan ny infrastruktur från Next Generation införs. Under 2018 beräknas projektet vara färdigt.

Teknisk infrastruktur

2018 ligger tyngdpunkten på lagring och nätverk i Radiohuset i Stockholm. Nya tekniska lösningar ger Sveriges Radio möjlighet att uppnå mer för mindre. De strategiska valen utgår från behoven och innebär mer differentierade och mer kostnadseffektiva lösningar.

Bilaga 1 – Villkor i sändningstillstånd och anslagsvillkor

Sändningstillstånd

Villkor – nyckelord	Kapitel, avsnitt
§ 1 – fyra ljudradioprogram – regionalt innehåll – 99,8 procents täckning	5.1 7.9 ja, det uppnås
§ 2 – bereda utrymme för sändningar av radiotidningar	behovet upphörde januari 2015
§ 3 – upplåta sändningstid till Utbildningsradion	bolagen har ett avtal
§ 4 – mottagning av sändningar	7.10.3
§ 5 – analog utsändningsteknik av hög kvalitet	7.10.3
§ 6 – mångsidigt programutbud – särskilt ansvar svenska språket – jämförbarhet och mångfald, speglar hela landet och variationer i befolkningen – hög kvalitet, nyskapande form och innehåll – folkbildningsambitioner – mångfald av åsikter	6.1 och 7 4.1.6 7.1 4 och 7 7 7
§ 7 – variation i produktionsformer	7.7
§ 8 – nyhetsverksamhet	7.2
§ 9 – kulturutbud	7.3
§ 10 – barn och unga – minoritetsspråk för barn och unga	7.4 7.6
§ 11 – tillgänglighet funktionsnedsättning	7.5
§ 12 – minoritetsspråk	7.6
§ 13 – sändningar till utlandet	SR har inte haft utlandssändningar sedan kort- och mellanväg upphörde 2010
§ 14 – opartiskt, sakligt etc.	4.1.7
§ 15 – beriktigande, genmäle etc.	4.1.7
§ 16 – respektera enskilda privatliv	4.1.7
§ 17 – ljudradions genomslagskraft	4.1.7
§ 18 – ej sända reklam	SR sänder inte reklam
§ 19 – sponsring, indirekt sponsring	9.1
§ 22 – VMA	7.10.2
§ 23 – hög säkerhet, undvika sändningsavbrott	7.10.3
§ 24 – beredskap i samarbete med MSB	7.10.1

Anslagsvillkor

Villkor – nyckelord	Kapitel, avsnitt
p. 1 – ekonomisk redovisning	9
p. 2 – kärnverksamhet och kompletterande verksamhet	5.3
p. 3 – sidoverksamhet	9.4
p. 4 – medel till RIKAB	9.1
p. 5 – RIKAB avgiftskontroll	säkerställs genom delägarskap och styrelserespresentation i RIKAB
p. 6 – ingen kostnad för allmänheten	SR tar inte ut några avgifter
p. 7 – delta i utveckling av produktions- och distributionsteknik – nå lyssnarna på olika plattformar	4.2.2 och 4.2.3 5 och 6
p. 8 – kärnverksamhet och kompletterande verksamhet – sidoverksamhet	5.3 9.4
p. 9 – nya tjänster	4.2.6
p. 10 – överenskommelser med SVT och UR angående minoritetsspråk respektive funktionsnedsättning	överenskommelserna lämnades in före 2018-01-01
p. 11 – Berwaldhallen	7.3.7
p. 12 – decentraliserad organisation	4.1.2
p. 13 – 55 procent av allmänproduktion utanför Stockholm	7.1.6
p. 14 – dialog externa bolag	4.1.4
p. 15 – samarbete Utbildningsradion sändningstid	bolagen har ett avtal
p. 17 – budgetunderlag 2017	SR har uppfyllt kravet
p. 18 – intäkter – indirekt sponsring – kommersiella samarbeten – kostnader – resurser per programkategori – effektivitet – produktivitet – produktivitetsförbättringar/rationaliseringar – koncernsamarbeten – sidoverksamhet – programstatistik – publikens lyssnande och omdömen – planer för kommande år	9.1 9.1 9.1 9.2 9.2 3 och 9.3 9.3 9.3 9.3 9.4 5.1, 6.1 och 7 8 10
p. 19 – revisorsintyg	sist i redovisningen

Bilaga 2 – Sveriges Radios kanaler och distributionsplattformar

Sveriges Radios FM-kanaler

- **P1** är talat innehåll om samhälle, kultur och vetenskap. Kanalen erbjuder nyheter och aktualiteter, granskning och fördjupning men 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 radiounderhållning i form av klassiker och nysatsningar. P4 är även kris- och beredskapskanalen som ständigt kan förse allmänheten med viktig information. På kvällar, nättet 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 (nattetid)
- 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. Där är P2 uppdelat på kanalerna P2 (Musik) respektive P2 Språk och musik. Dessutom finns där ett internet-exklusivt utbud:

- SR Sápmi (Sameradion)
- Radio Sweden
- P2 säsongskanaler: P2 Klassisk jul och P2 Klassisk sommar
- P4 säsongskanal: P4 Bjällerklang
- P4 Plus – testkanal med musik för målgruppen 60 år och äldre
- 17 evenemangskanaler där de flesta används av Ekot och Radiosporten för extrasändningar.

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

Sverigesradio.se

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

Appar

Sveriges Radios appar är gjorda för operativsystemen iOS och Android:

- Sveriges Radio Play
- Melodikrysset
- Radioapans banankalas
- Radioapans kojträd
- P3 Radio.

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 2013–2017

	2013	2014	2015	2016	2017
Finska	100	112	146	157	153
Samiska	100	118	115	126	135
Meänkieli	100	116	128	188	205
Romani chib	100	135	139	187	203
Teckenspråk	100	87	102	113	147
Medelvärde	100	114	126	154	169

År 2017	SR	SVT	UR	Medelvärde
Finska	102	111	247	153
Samiska	102	173	131	135
Meänkieli	136	300	180	205
Romani chib	110	261	238	203
Teckenspråk	-	166	128	147
Medelvärde	112	202	185	169

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
Medelvärde	109	183	170	154

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
Medelvärde	101	121	155	126

År 2014	SR	SVT	UR	Medelvärde
Finska	100	109	127	112
Samiska	100	123	131	118
Meänkieli	100	129	120	116
Romani chib	100	130	175	135
Teckenspråk	-	115	59	87
Medelvärde	100	121	122	114

År 2013	SR	SVT	UR	Medelvärde
Finska	100	100	100	100
Samiska	100	100	100	100
Meänkieli	100	100	100	100
Romani chib	100	100	100	100
Teckenspråk	-	100	100	100
Medelvärde	100	100	100	100

Bilaga 4 – Priser till Sveriges Radios produktioner och medarbetare

På New York Festivals, som uppmärksammar världens bästa radio, fick Barnradion sammanlagt fem priser:

- Drama för ungas Den oändliga historien fick guld i kategorin Best Children/Young Adult och brons i Best Drama Special.
- Dokumentärsatsningen Min flykt fick silver i kategorin Best Children/Young Adult och silver i kategorin Information/Documentary Education.
- Barnmorgen med Farzad fick brons i kategorin Best Children/Young Adult.

På Nordic Kids Media Festival i Malmö, med radio- och tv-program för barn från hela Norden, belönades Barnradions *1000 modiga frågor* med Inclusion Award.

Ekot vann det nyinstiftade priset Global Constructive Journalism Award för satsningen *#tiomiljoner* vid en internationell konferens om konstruktiv journalistik i Aarhus, Danmark. Priset delas ut av Constructive Journalism Institute.

Vid Prix Europa vann Daniel Öhman, Daniel Velasco och frilansjournalisten Per Shapiro Best European Radio Investigation of the Year med dokumentären *KGB-agenten och oljesmugglingen*.

Sveriges Radio fick tredjepriset i kategorin Radio Music för *Operahuset* i P2 vid Prix Europa.

Flera av Sveriges Radios profiler och medarbetare har belönats 2017:

- Cecilia Düringer, programledare för P3 Historia, vann Stora Radiopriset som Årets rookie.
- Kerstin Behrendtz fick Radioakademins hederspris för sina mångåriga insatser inom musiken. ”Hon är en del av det svenska musikundret och Sveriges Radios okrönta musikdrottning.”
- Cajsa Lindberg, kanalansvarig för P3, fick priset Årets ledare på Framtidsgalan.
- Mellanösternkorrespondent Cecilia Uddén tilldelades Publicistklubbens Stora pris.
- P4 Kalmar reportrar Annelie Frank och Sigrid Edsenius fick Smålands journalistpris för sina avslöjande reportage.
- Sukran Kavak nominerades till Stora journalistpriset i kategorin Årets berättare med Jag tolkar åt pappa i P1-programmet Tendens.
- Sveriges Radios vd Cilla Benkö utsågs till Årets Chef 2017.

Sveriges Radio belönades av EBU med Award for Technology & Innovation för utvecklingsarbetet med Next Generation, P4 Västs digitala radiohus.

I den nya tävlingen Magnet Awards, som vill lyfta fram de bästa kommunikationslösningarna för att attrahera och engagera rätt medarbetare, fick Sveriges Radio bronsplats för den digitala introduktion som tagits fram i samarbete med Coreworkers.

Bilaga 5 – Antal anställda per ort december 2017⁸⁸

Ort	Antal	Ort	Antal
Malmö	96	Örebro	36
Karlskrona	27	Gävle	35
Kristianstad	26	Falun	34
Helsingborg	4	Karlstad	28
Simrishamn	2	Bollnäs	2
Karlshamn	1	Hudiksvall	1
Växjö	46	Torsby	1
Jönköping	39	Åmål	1
Norrköping	36	Mora (vakant)	0
Kalmar	28	Umeå	53
Linköping	2	Luleå	43
Värnamo	2	Östersund	32
Västervik	2	Sundsvall	25
Göteborg	103	Kiruna	17
Uddevalla	34	Pajala	5
Borås	33	Örnsköldsvik	3
Skövde	31	Skellefteå	2
Halmstad	30	Arvidsjaur	1
Varberg	2	Haparanda	1
Stockholm	1 065	Lycksele	1
Kista	1	Övertorneå	1
Sollentuna	1		
Södertälje	1		
Vårby gård	1		
Uppsala	50		
Visby	34		
Eskilstuna	33		
Västerås	31		
Nyköping	2		
Nyköping	2		
Berwaldhallen	166		
			2 251

⁸⁸ Antal personer, inte heltidstjänster, samtliga yrkeskategorier och samtliga anställningsformer.



RAPPORT ÖVER FAKTISKA IAKTTAGELSER

Till Kulturdepartementet

Vi har genomfört de granskningssåtgärder som vi kommit överens om och som anges nedan rörande Public Service-redovisningen för 2017. Vårt uppdrag har utförts enligt SNT 4400 *Uppdrag att utföra granskning enligt särskild överenskommelse rörande finansiell information.* Granskningssåtgärderna har vidtagits enbart för att hjälpa Er att bedöma vissa tabeller i Public Service-redovisningen.

I Sveriges Radio AB:s anslagsvillkor för år 2017 anges att bolaget årligen skall följa upp och rapportera hur public service-uppdraget uppfyllts (punkt 20 i *Anslagsvillkor för 2017 avseende Sveriges television*). Uppföljningsrapporten, av bolaget benämnd public service-redovisning, för 2017 skall senast den 1 mars 2018 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 SR:s system.

Vi har gjort följande iakttagelser:

- När det gäller punkt 1 fann vi att samtliga tabeller som ingått i vårt stickprov överensstämde med statistik ur SR:s system.

Eftersom de granskningssåtgärder 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 2017.

Om vi hade genomfört ytterligare granskningssåtgärder 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.

CP



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

2018-02-15

A blue ink signature of the name "Camilla Samuelsson".

Camilla Samuelsson
Auktoriserad revisor, huvudansvarig

A blue ink signature of the name "Carina Åkesson".

Carina Åkesson
Auktoriserad revisor
Utsedd av regeringen