

# Ljudet i fokus

sverigesradio

<b>1</b>	<b>Inledning.....</b>	<b>1</b>
1.1	Sveriges Radios vd och styrelseordförande har ordet .....	1
1.2	Sveriges Radio i ett föränderligt medielandskap.....	5
1.3	Årets redovisning .....	6
<b>2</b>	<b>Det här vill Sveriges Radio .....</b>	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>Detta har Sveriges Radio bidragit med .....</b>	<b>9</b>
3.1	Värde för samhället.....	9
3.2	Förtroende .....	10
3.3	Värde för individen .....	11
3.4	Sveriges Radios bidrag till samhället.....	12
3.5	Publikmål .....	14
3.6	Allmänhetens värdering av programkategorier.....	17
3.7	Effekten av ökad produktivitet.....	18
<b>4</b>	<b>Kvalitet och utveckling .....</b>	<b>21</b>
4.1	Säkerställa uppdrag och kvalitet .....	21
4.1.1	Styrning och utbudsprocess .....	21
4.1.2	Decentraliserad organisation .....	23
4.1.3	Agendasättande.....	24
4.1.4	Kvalitetsarbete inom intern och extern programproduktion.....	25
4.1.5	Kompetensutveckling .....	27
4.1.6	Språkvård.....	28
4.1.7	Granskningar av Sveriges Radios program .....	28
4.1.8	Publicistiska priser.....	29
4.2	Utvecklingsarbete.....	30
4.2.1	Publicistisk utveckling.....	30
4.2.2	Teknisk utveckling .....	32
4.2.3	Innovationsteam.....	32
4.2.4	Sociala medier .....	33
4.2.5	Digitalradio.....	34
4.2.6	Nya tjänster.....	34
<b>5</b>	<b>Här finns Sveriges Radio .....</b>	<b>35</b>
5.1	Marksänd radio .....	36
5.2	Andra plattformar.....	37
5.3	Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet .....	38
<b>6</b>	<b>Bredden i utbudet.....</b>	<b>42</b>
6.1	Marksänd radio (FM och DAB) fördelad på programkategorier .....	42
6.2	Sveriges Radios utbud på internet.....	45
6.3	Sveriges Radio och sociala medier .....	48
<b>7</b>	<b>Särskilda uppdrag och målgrupper.....</b>	<b>49</b>

7.1 Jämställdhet, mångfald och spegling .....	50
7.1.1 Om definitioner, policy, mätbara mål och metoder .....	50
7.1.2 Närvaro i och spegling av hela landet.....	51
7.1.3 Jämställdhet .....	52
7.1.4 Samarbeten och publika möten för ökad spegling .....	53
7.1.5 Rekrytering av mångfald .....	54
7.1.6 Uppföljning.....	55
7.1.7 55 procent-målet .....	57
7.2 Nyheter och samhällsbevakning .....	58
7.2.1 Nyheter .....	58
7.2.2 Utrikesverksamheten .....	60
7.2.3 Granskning.....	62
7.2.4 Samhällsbevakning – fördjupning och berättande.....	62
7.2.5 Dokumentärer .....	64
7.2.6 EU-valet.....	66
7.3 Kulturuppdraget .....	68
7.3.1 Fördjupat, vidgat och utvecklat utbud .....	68
7.3.2 Bevakning, spegling och granskning .....	69
7.3.3 Kulturproduktion .....	70
7.3.4 Tillgängliggöra kultur.....	71
7.3.5 Samarbeten med kulturinstitutioner.....	71
7.3.6 Musik.....	73
7.3.7 Berwaldhallen.....	77
7.3.8 Nordisk kulturgemenskap.....	79
7.4 Barn och unga .....	81
7.4.1 Barnutbudet .....	81
7.4.2 Tonårsutbudet .....	87
7.5 Tillgänglighet.....	91
7.5.1 Program om, för och med personer med funktionsnedsättning .....	92
7.5.2 Barn och unga med funktionsnedsättning.....	93
7.5.3 Hörbarhet .....	95
7.5.4 Ökad tillgänglighet med publika digitala tjänster.....	95
7.5.5 Dialog med berörda grupper.....	96
7.6 Minoritetsspråk .....	97
7.6.1 Minoritetsspråk i Sveriges Radio – relevant innehåll på relevanta plattformar.....	97
7.6.2 Betydande ökning .....	99
7.6.3 Samiska.....	100
7.6.4 Finska.....	103
7.6.5 Meänkieli .....	105

7.6.6 Romani chib.....	106
7.6.7 Jiddisch .....	107
7.6.8 Utbud på andra minoritetsspråk.....	108
7.6.9 Dialog med berörda grupper .....	109
7.7 Variation i produktionsformer .....	110
7.8 Det breda anslaget.....	115
7.8.1 Sport.....	115
7.8.2 Livsstil .....	116
7.8.3 Underhållning .....	116
7.9 Lokalt uppdrag .....	118
7.9.1 Sveriges Radio P4 – 25 lokala kanaler och riksutbud .....	118
7.9.2 Fortsatt utvecklingsuppdrag för lokala kanaler .....	119
7.9.3 Stockholmskanalerna.....	119
7.9.4 Samarbeten och dialog med lokala kommersiella aktörer .....	120
7.10 Beredskap och viktig information till allmänheten .....	121
7.10.1 Risk- och sårbarhetsanalyser .....	121
7.10.2 Service – viktig information till allmänheten .....	121
7.10.3 Utsändningskvalitet .....	123
7.11 Publikmöten .....	124
<b>8 Sveriges Radios publik.....</b>	<b>126</b>
8.1 Lyssning .....	126
8.2 Publiken om Sveriges Radio .....	137
<b>9 Resursanvändning.....</b>	<b>144</b>
9.1 Intäkter .....	144
9.2 Kostnader .....	146
9.3 Produktivitet respektive effektivitet .....	149
9.4 Sidoverksamhet .....	154
<b>10 Planer för framtiden .....</b>	<b>157</b>
<b>Bilaga 1 – Villkor i sändningstillstånd och anslagsvillkor .....</b>	<b>159</b>
<b>Bilaga 2 – Sveriges Radios vision och strategiska mål 2020-2025 .....</b>	<b>161</b>
<b>Bilaga 3 – Sveriges Radios kanaler och distributionsplattformar .....</b>	<b>162</b>
<b>Bilaga 4 – Bolagsgemensamt index för minoritetsspråk.....</b>	<b>164</b>
<b>Bilaga 5 – Priser till Sveriges Radios produktioner och medarbetare .....</b>	<b>166</b>
<b>Bilaga 6 – Antal anställda per ort december 2019.....</b>	<b>168</b>

# 1 Inledning

## 1.1 Sveriges Radios vd och styrelseordförande har ordet

2019 avslutades Sveriges Radios nuvarande sändningstillstånd, året har därför i hög utsträckning präglats av arbetet med att ta företaget in i en ny avtalsperiod.

Fokus har legat på att analysera de senaste samhällsförändringarna, publikens beteende, konkurrensläget och marknadstrender samt den tekniska utvecklingen för att utifrån det slå fast en ny vision och nya strategiska mål för Sveriges Radio. Det som idag är framgångsrikt bevaras och utvecklas för att säkra företagets position på en alltmer digital och global mediemarknad där konkurrensen kring ljud aldrig varit så stor som nu.

Sveriges Radio har nu ett nytt sändningstillstånd som sätter ramarna för sex år framåt samt för första gången medelsvillkor som gäller för hela perioden. I den proposition som ligger till grund för nytt tillstånd och nya medelsvillkor konstateras att public service, och Sveriges Radio, är att betrakta som en ”kollektiv nytthet” och i sändningstillståndet kvarstår det breda uppdraget under den kommande tillståndsperioden. Det är viktiga förutsättningar för att vi även i fortsättningen ska kunna spela den roll för demokratin som Sveriges Radio gör i dag, som en stark oberoende granskare och som en mötesplats där en bredd av röster och perspektiv möts och bryts.

Sändningstillståndet rymmer bland annat ett utökat uppdrag om att stärka den journalistiska bevakningen i svagt bevakade områden, ett uppdrag som går i linje med redan existerande prioriteringar. I förarbetena till sändningstillståndet slås det fast att Sveriges Radio ska finnas där publiken finns, något som är avgörande i en digital värld. Alla har rätt till ett fritt och oberoende innehåll från Sveriges Radio, oavsett när, var och hur de väljer att konsumera det.

Den 1 januari 2019 infördes en ny finansieringsform som innebär att public service i Sverige numera finansieras genom en public service-avgift som tas in via skattsedeln. För Sveriges Radios del innebär det att det som mest kostar drygt 1,30 kr per person och dag för att få ta del av Sveriges Radios samlade utbud.

Arbetet med att ta fram Sveriges Radios nya vision och strategiska mål har involverat många människor, både inom och utanför företaget. Under sex vårveckor genomfördes en husbilsturné till 100 platser över hela Sverige där tusentals personer svarade på frågor och diskuterade de förväntningar och önskemål de har på Sveriges Radio i framtiden.

*Målen Jag väljer Sveriges Radio, Jag litar på Sveriges Radio, Jag hör min och din vardag i Sveriges Radio och Jag möter ett Sveriges Radio som är nyskapande* pekar tillsammans med visionen *Fler röster och starkare berättelser för en större förståelse* ut riktningen som kommer att gälla en lång tid framöver.

### En guldålder för ljudet och förändrade lyssningsvanor

Samtidigt som den analoga linjära lyssningen står stark, 52 procent av svenskarna lyssnar på minst en av Sveriges Radios direktsända kanaler en vanlig dag, har on demand-lyssningen fortsatt att öka stort under året. Ungefär hälften av svenskarna lyssnar på poddar och Sverige utmärker sig som ett av de starkaste poddländerna i världen.

Sveriges Radios 60-årsjubilerande *Sommar i P1* slog under sommaren flera rekord och genomslaget för hela Sommar-säsongen blev stort, direktyssningen i P1 låg på samma nivå som 2018 samtidigt som poddlyssningen ökade med 40 procent. I början av sommaren slog Sveriges Radio också poddrekord då 2,7 miljoner unika enheter lyssnade på en podd från Sveriges Radio under en vecka.

## Med ljudet och lyssnaren i fokus

Sveriges Radio har ljudet och lyssnaren i fokus oavsett om det handlar om att erbjuda ett utbud via FM eller digitalt, linjärt eller on demand. Appen *Sveriges Radio Play* är företagets primära digitala plattform, där har fokus varit på att utveckla fristående klipp och spellistor – men också på tematiska och redaktörsstyrda urval och en ny startsida.

Sveriges Radios digitala nyhetserbjudande, med satsningen på självständiga ljud och toppnyheter i *Sveriges Radio Play*, gav nyhetslyssnandet en rejäl knuff uppåt under året. Ett bra kvitto på att en mix av geografisk spridning och ämnen uppskattas av publiken.

Sveriges Radio har under året fortsatt utvecklingen av sin position i en värld som blir allt mer röststyrd. Röststyrning, röstassistenter och smarta högtalare förändrar stegvis publikens medievanor. Flera utvecklingsprojekt pågår för att säkerställa att Sveriges Radios innehåll finns enkelt tillgängligt för alla, även på de nya plattformarna och i den alltmer uppkopplade bilen.

## Ett nytt P3

Som ett steg i att anpassa Sveriges Radio till nya lyssnarbeteenden i en digital värld beslutades det under året att P3 ska utvecklas för att bjuda in fler. Kanalen ska från och med 2020 förändras till att bli den självklara platsen för den som är intresserad av musikjournalistik och samhällsfrågor, oavsett ålder. Hela samhället befinner sig i en digital förflyttning och särskilt traditionella P3-lyssnare är mer benägna än andra lyssnargrupper att ta till sig nya vanor.

## Ökad lokal närvaro

Sveriges Radios satsning på ökad bevakning av Stockholms län har fortsatt under året och den 8 november startades ett helt nytt morgonprogram från Södertälje i P4, med fokus på att bevaka framförallt Södertälje och Botkyrka med omnejd.

Vi har systematiskt dessutom under året arbetat med att förstärka vår närvaro runt om i landet genom att, med hjälp av egenutvecklad teknik, producera alltmer av innehållet utanför radiohusen.

Att hela Sverige hörs i Sveriges Radios riksutbud är extra viktigt, och att perspektiven breddas kring vad som når publiken i det nationella utbudet. Ett nytt framgångsrikt sätt har varit att de 25 lokala P4-kanalerna regelbundet, från och med 2019, bidrar till innehållet i *P1 Morgon*.

## Stora nyhetshändelser och granskningar, lokalt, nationellt och internationellt

Sveriges Radio har en stor och viktig uppgift som trovärdig och oberoende guide vid stora nyhetshändelser – lokalt, nationellt och internationellt. Genom redaktionell närvaro på runt 50 platser i Sverige tillsammans med Nordens största korrespondentnät, och löpande samarbeten över redaktionsgränserna, har vi en unik möjlighet att snabbt sända och erbjuda fördjupning och många perspektiv vid stora nyhetshändelser.

Under året har våra medarbetare funnits på plats, rapporterat om, och analyserat bland annat den politiska dramatik som föregick januariöverenskommelsen, krisen i Swedbank, dödsskjutningar runt om i landet, den stora explosionen i Linköping i juni och flygolyckan på Storsandskär i Umeå mitt i sommaren. Genom extrasändningar och redaktionssamarbeten har publiken fått både ögonblicksbilder och snabbt fördjupad bevakning med både bakgrund och sammanhang.

Valet till Europaparlamentet bevakades på många olika sätt och samlades på en gemensam valsida. Sveriges Radio kunde som enda medieföretag erbjuda en valkompass inte bara på svenska, utan också på lätt svenska och engelska. Partiernas toppkandidater frågades ut i *P1 morgon*, *P4 Extra*, *Europapodden* och *Det politiska spelet*. *Studio Ett* arrangerade slutdebatt och en valvaka sändes i P1 och i appen under valdagen. Varje dag var publiken med och skapade innehållet via möjligheten att lyfta en fråga under

hashtaggen #500miljoner – en europeisk fortsättning på satsningen #tiomiljoner som genomfördes i samband med det svenska valet 2018, för att lyfta människors frågor till makthavare.

En viktig del av Sveriges Radios uppdrag är utbudet på de nationella minoritetsspråken. Under 2019 gjorde exempelvis Sameradion Politikerrajden där kandidater till EU-valet från norra Sverige frågades ut. Sisuradio satsade stort på EU-valet och gjorde bland annat en särskild dag som handlade om EU och minoritetspolitiken. Även Meänraatio och Radio Romano gjorde särskilda satsningar runt EU-valet.

### **Världen via Sveriges Radios korrespondenter**

Sveriges Radio fortsatte under året att satsa stort på utrikesjournalistiken, med både snabb nyhetsjournalistik och kunniga fördjupningar, främst via drygt 20 korrespondenter runt om i världen. Under 2019 har det exempelvis lett till bevakning av masskjutningar i USA, 30-årsdagen av Berlinmurens fall, protester i Latinamerika och bränder i Amazonas, Kinas framväxande världsinflytande, flyktingströmmar i Jemen och Syrien, stormaktskamp i Mellanöstern och demonstrationer i Hongkong. I många fall en bevakning som gett utrymme åt röster som annars inte skulle hörts och som därigenom bidragit till en fördjupad kunskap, ibland under extremt svåra och riskfyllda förhållanden.

Bevakningen av Brexit och det brittiska nyvalet i december har varit omfattande, London-korrespondenten Daniel Alling rapporterade från en turné över Storbritannien och under valdagen och valnatten fanns reportrar på plats över hela landet, från norr till söder.

### **En samlande kraft för hela Sverige**

I tider när allt fler tycker allt mer olika har Sveriges Radio en viktig uppgift som en samlande kraft i samhället, genom att erbjuda många olika röster och perspektiv i våra sändningar och program, men också genom att erbjuda ett utbud som människor kan samlas kring. *Musikhjälpen* i slutet av året är ett exempel som engagerar många, lördagsunderhållningen *Ring så spelar vi* och *Melodikrysset* i P4 är andra program som lockar miljonpublik vecka efter vecka.

Radiosporten gjorde sin hittills största satsning på ett damfotbolls-VM under sommaren när Sverige tog brons. När de svenska framgångarna ökade, ökade också det publika intresset, både i FM och digitalt. Bronsmatchen i P4 följdes av 1,1 miljoner lyssnare, semifinalen av 800 000. Det motsvarar en ökning med 10 procent respektive 35 procent jämfört med normal lyssning vid samma tidpunkt.

Sveriges Radio Drama fortsatte att locka stora lyssnarskaror bland både unga och vuxna med det framgångsrika radiodramat i serieformat. Under året fick bland annat "P3 Serie – Sviten", en nyskriven mordgåta av Denise Rudberg och Mikaela Bley, premiär liksom dramakomediserien "Testamentet", skräckpodden "Skymningsland" och i Barnradion "Bröderna Lejonhjärta" och "LasseMaja" som följetonger.

### **Berwaldhallen**

2019 var det 40 år sedan Sveriges Radios konserthus Berwaldhallen invigdes 1979. Firandet gav avtryck under hela året och kulminerade på själva födelsedagen i november med en stor jubileumskoncert med Sveriges Radios symfoniorkester, Radiokören och gäster. I augusti lyfte Östersjöfestivalen frågor som berör hela Östersjöregionen genom konserter och samtal och i slutet av året fick Berwaldhallen också en ny chef i Staffan Becker.

### **Prisade medarbetare**

Att Sveriges Radios medarbetare uppmärksammas genom priser och utmärkelser är ett bra kvitto på kvalitet för hela företaget. Årets prisregn nådde sin kulmen i november när Sveriges Radio fick tre av Stora Journalistprisets priser. Årets röst gick till *Morgonpasset* i P3:s Hanna Hellquist. Karwan Faraj och Rosa Fernandez belönades för *P3 Dokumentären "Terrorsyskonen och IS"* i kategorin Årets berättare.



Bibi Rödöö belönades med Lukas Bonniers Stora Journalistpris, för sitt långa arbete som programchef för *Sommar i P1*. Vid prisutdelningen av 2019 års guldspadar vann P4 Västernorrlands Ulla Öhman en guldspade för sin granskning av Kramfors kommuns placeringar av elever i särskola.

### **Sveriges mest jämställda arbetsplats**

Sveriges Radio är dess medarbetare och arbetet med att öka kännedomen om Sveriges Radio som arbetsgivare har prioriterats under året. Bland annat har särskild vikt lagts på att kontakta journalistutbildningar över hela Sverige för att sprida kunskap om företagets verksamhet och behov. Under året utsågs Sveriges Radio till Sveriges mest jämställda arbetsplats 2019 av Nyckeltalsinstitutet, resultatet av ett långsiktigt medvetet arbete.

### **Public service-debatt och utmaningar**

Under 2019 har public service debatterats mer än på länge. Tydligt är att mediepolitiken i allmänhet och public service-frågan i synnerhet utvecklats till frågor med en ideologisk spänning i den alltmer polariserade samhällsdebatten.

Ur ett demokratiskt perspektiv är det väsentligt att Sveriges Radio fortsätter att verka sida vid sida med kommersiella medier för att bidra till en mediemångfald över hela Sverige. För en väl fungerande demokrati krävs både ett starkt public service och välmående kommersiella medieföretag.

Det är med oro vi konstaterar att utvecklingen med ökat hat och hot mot journalister består. Det är avgörande att samhället markerar, och därför var det viktigt att en person som hotat och tagit arbetsmaterial från en av Sveriges Radios medarbetare dömdes för grovt egenmäktigt förfarande under året.

Sveriges Radio arbetar kontinuerligt med att effektivisera verksamheten. Att ha en ekonomi i balans är en självklar målsättning, liksom att kontinuerligt och systematiskt lyssna igenom innehållet för att säkerställa att de uppsatta målen följs.

Utmaningen de kommande åren blir att få den tilldelade uppräkningspengen på två procent att räcka till. Att kontinuerligt arbeta med att effektivisera verksamheten är en självklarhet för dem som arbetar på Sveriges Radio så att vi fortsatt kan ge publiken den kvalitet de efterfrågar och samtidigt utveckla nya format och ny teknik för att ge fler ett personligt värde.

### **2020 och framåt**

Det kommande året blir det första med det nya sändningstillståndet och med företagets nya vision och nya strategiska mål på plats. Det kommer att påverka och genomsyra verksamheten. Vi kommer att fortsätta att stärka vår bevakning av hela Sverige, att säkerställa att fler röster och perspektiv hörs i våra sändningar, att skillnaden mellan erbjudandet linjärt och on-demand blir ännu tydligare. Vi kommer också arbeta för att ge publiken den bästa kunskapen och fördjupningen kring viktiga frågor och skeenden i Sverige, både nationellt och lokalt, men också internationellt bland annat när det gäller det stundande amerikanska presidentvalet, Europa och Brexit samt Kinas allt större makt i världen.

I en global och digital värld där konkurrensen om publikens tid är hårdare än någonsin är det avgörande att vi på Sveriges Radio, oavsett funktion och position, varje dag fortsätter att göra ett bra jobb för våra lyssnare så att företaget även i fortsättningen kan vara en lika viktig aktör och trovärdigt alternativ och därmed bidra till en väl fungerande demokrati.

Cilla Benkö, VD

Lennart Käll, Styrelseordförande



## 1.2 Sveriges Radio i ett föränderligt medielandskap

Den 1 januari 2020 fick Sveriges Radio ett nytt sändningstillstånd och nya medelsvillkor som gäller under de kommande sex åren. Tillstånd och villkor tillkom efter ett omfattande utrednings- och remissarbete. I det nya sändningstillståndet slås det fast att Sveriges Radio ska ha ett brett uppdrag. Ett viktigt argument för det är det som konstateras i public service-utredningen, nämligen att public service är en demokratisk kollektiv nytta som gynnar alla medborgare.<sup>1</sup> Det är en notering som har brett stöd i omfattande forskning.<sup>2</sup>

Den föregående tillståndsperioden har i hög utsträckning präglats av snabb digital utveckling, ökad konkurrens och ett alltmer fragmentiserat medielandskap. Utvecklingen har successivt ställt allt hårdare krav på medieföretag världen över att utveckla sitt innehåll och sina distributionskanaler för att möta efterfrågan från en publik som blivit mer och mer diversifierad. Parallellt med omvälvande förändringar vad gäller teknologi och marknader har mediefrågor, globalt som nationellt, hamnat i fokus för politisk debatt. I ett antal europeiska länder har politiska intressen ökat sitt inflytande över medier och opinionsbildning.

Utvecklingen har också inneburit att nationella aktörer allt oftare utmanats av globala krafter. I centrum står bland annat kampen om publikens tid samt för de kommersiella bolagen kampen om annonsmarknaden. Utbudet på den digitala arenan växer snabbt, i dag är det lätt att konsumera ljud och bild från alla delar av världen hemma framför datorn eller tv:n eller mobiltelefonen. Samtidigt som världen krymper och tillgänglighet och utbud ökar står Sveriges Radio mycket starkt. Räckvidden är i grunden stabil även om det sker förskjutningar i sättet att konsumera utbudet. Den svenska publiken har en nära relation till det ljudande innehåll som Sveriges Radio erbjuder.

En av de största förändringarna i medielandskapet de senaste åren är att allt fler aktörer upptäckt ljudmarknaden och de möjligheter som finns där. Företag som tidigare erbjudit stora distributionsplattformar satsar numera i allt högre utsträckning på att parallellt också göra eget material vilket ökar konkurrensen, hit hör exempelvis företag som Spotify och Apple vilka satsar mer och mer på eget ljudinnehåll. Ljudboksmarknaden växer liksom poddmarknaden och omsättningen för svensk radioreklam ökar från förhållandevis låga nivåer. En annan förändring som skett de senaste åren är att den kommersiella radiomarknaden öppnats upp för nationella aktörer. Det skedde den 1 augusti 2018, sedan dess har tre radiokanaler fått nationella koncessioner vilket ökat utbudet för den inhemska radiopubliken ytterligare.

I en hårdare konkurrens är det viktigt att notera att det strategiska beslut Sveriges Radio fattade för ett par år sedan – att ha ljudet i fokus – blivit allt mer betydelsebärande. För en allt mer heterogen publik blir det viktigare att Sveriges Radio kan erbjuda ett attraktivt utbud som finns tillgängligt där publiken finns och som kan distribueras på de olika sätt som passar hela publiken. För många innebär det fortfarande traditionell lyssning via FM, för andra strömmad radio via mobiltelefon eller dator, och för en allt större grupp innebär det konsumtion av program och poddar via andra plattformar och på tider som publiken själv väljer.

---

<sup>1</sup> SOU 2018:50 (s.13)

<sup>2</sup> <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/analysis-relation-between-and-impact-public-service-media-and-private-media>.

### **1.3 Årets redovisning**

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

2019 års redovisning har i stort sett samma struktur som tidigare år. Ett särskilt avsnitt om bevakningen av valet till Europaparlamentet finns också med.

Utveckling av verksamheten pågår kontinuerligt vilket beskrivs på olika ställen i redovisningen. En del av detta utgörs av omprioriteringar för att kunna göra nya programsatsningar.

När det gäller företagets övergripande utvecklingsarbete avseende styrning och redovisning av uppdraget har siktet varit inställt på den nya tillståndsperiod som inleddes 1 januari 2020.

Från och med 2020 års redovisning kommer ett antal förändringar göras av struktur, format och upplägg för att anpassas till nytt sändningstillstånd och nya medelsvillkor som trätt i kraft 1 januari 2020.

## 2 Det här vill Sveriges Radio

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, s. 1)

Denna redovisning är den sista från den tillståndsperiod som löpt mellan 1 januari 2014 och 31 december 2019, och omfattar verksamhetsåret 2019. Den 1 januari 2020 inleddes en ny tillståndsperiod som sträcker sig fram till och med den 31 december 2025. Inför denna har Sveriges Radio tagit fram en ny vision och nya strategiska mål, se bilaga 2.

Under tillståndsperioden 2014–2019 arbetade företaget med utgångspunkt i uppdrag, vision och strategiska mål som formulerats inför den perioden.

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

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

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

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

Nyckeltal som sjukfrånvaro, personalomsättning och könsfördelning följs kontinuerligt upp. Sveriges Radio har ett nära samarbete med företagshälsovården och skyddsombud samt fackliga företrädare och

arbetar aktivt för att förebygga ohälsa genom exempelvis särskilda hälsokartläggningar, samtalsstöd och stresshanteringsprogram för arbetsgrupper.

**Ekonomi i balans.** En ekonomi i balans är avgörande för att Sveriges Radio ska kunna utföra sitt uppdrag. I kapitel 9 redovisas Sveriges Radios ekonomi och resursanvändning under 2019.

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

Sveriges Radio har under tillståndspanaden 2014–2019 arbetat med att uppnå sina publika 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 de 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
- värna att radion fortsatt har en självklar plats även i den uppkopplade bilen
- säkra handlingsfrihet och utvecklingsmöjligheter genom effektiv resursanvändning.

Under tillståndspanaden 2020–2025 kommer Sveriges Radio fortsätta arbetet med den publicistiska utvecklingen inom 13 delvis nya områden. Dessa redovisas med start i public service-redovisningen för år 2020.

I bilaga 2 redovisas Sveriges Radios nya vision, nya strategiska mål och fokusområden som gäller under tillståndspanaden 2020-2025.

### 3 Detta har Sveriges Radio bidragit med

Sveriges Radio följer upp hur företagets verksamhet bidragit i termer av samhällsvärde och personligt värde. Ett högt förtroende för Sveriges Radio bidrar till båda dessa värden. Sedan många år genomför Novus Group en årlig attitydundersökning åt Sveriges Radio.<sup>3</sup> Attitydundersökningen har genomförts på jämförbart sätt sedan 2009. Den bygger sammanlagt på 5 000 intervjuer och görs på ett representativt urval ur Novus Sverigepanel där 2 500 personer svarar på frågor om Sveriges Radio ur ett mer generellt perspektiv och 2 500 svarar på mer kanalspecifika frågor. Panelen är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldern 16–79 år. I undersökningen tillfrågas både personer som lyssnar på Sveriges Radio och personer som uppger att de inte lyssnar.

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

#### 3.1 Värde för samhället

Attitydundersökningen för 2019 visar att 76 procent av allmänheten 16–79 år anser att Sveriges Radio har ett mycket eller ganska stort värde för samhället i stort. Det är en nedgång med två procentenheter jämfört med 2018, sett över de senaste åren ligger resultatet relativt stabilt även om en nedgång kunnat noteras. Sju gånger fler svenskar anser att Sveriges Radio bidrar med stort värde till samhället jämfört med dem som anser att företaget bidrar med litet värde (11 procent).

I flera resultat som redovisas från Attitydundersökningen under tillståndspanoroden som rör värdet av Sveriges Radio märks en förändring mellan 2014 och 2017: en nedgång som sedan följs av en stabilisering på något lägre nivå. Alltjämt anser en mycket stor majoritet av de svarande att Sveriges Radios värde är mycket eller ganska stort för samhället (tabell 1) och individen (tabell 4), samt att SR är värt pengarna (tabell 5). En mindre, men tydlig, nedgång kan ses. Orsakerna till detta kan naturligtvis vara flera men utvecklingen bör ses i ljuset av inte minst sociala mediars breda genombrott. Under den gångna tillståndspanoroden har digitalisering och samhällsförändringar ökat antalet alternativ till nyhetskällor för många mediekonsumenter. Även Sveriges Radio har fått se den totala räckvidden minska något. Sammantaget är det rimligt att anta att den utvecklingen avspeglar sig i synen på Sveriges Radios värde.

Som ett led i att bättre kunna analysera denna utveckling kommer Sveriges Radio från 2020 och framåt mäta dessa attityder mer återkommande, per tertial istället för som tidigare årligen.

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
SR har mycket eller ganska stort värde för samhället i stort	86 %	84 %	79 %	78 %	78 %	76 %

Av de som lyssnar på Sveriges Radio dagligen ansåg 89 procent 2019 att SR har ett mycket stort eller ganska stort värde för samhället i stort.

<sup>3</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2019.

## 3.2 Förtroende

Under de senaste åren har förtroendet för medier diskuterats allt oftare, inte minst gäller det förtroendet för public service. I SOM-institutets forskarantologi från 2018 konstateras bland annat följande: ”Trots mediemarknadens struktumvandling och de senaste årens allt flitigare debatt kring mediernas trovärdighet, har det starka förtroendet för det innehåll som förmedlas av public service hållit i sig. Public service kan beskrivas som ett slags tätgrupp i människors förtroende för svenska medieorganisationer.”<sup>4</sup>

Från och med 2018 övergick Sveriges Radio till att redovisa förtroendesiffrorna från den årliga SOM-undersökningen i stället för att redovisa förtroendesiffrorna från Mediebarometern. Anledningen var att Mediebarometerens insamlingsperiod är kort (under 2018 enbart åtta dagar) och bygger på en webbenkät till cirka 1 200 personer. Det gör undersökningen känslig för enskilda nyhetshändelser. Den risken är mindre med en längre insamlingsperiod med fler respondenter. Den nationella SOM-undersökningen har en längre insamlingstid och fler svarande vilket minskar risken för tillfälliga fluktuationer. SOM-undersökningen har mätt förtroendet för myndigheter, organisationer, företag och institutioner sedan 1986 vilket gör att det går att göra jämförelser åtskilliga år tillbaka i tiden.

Över tid är förtroendet för Sveriges Radio stabilt – för år 2018 uppger 70 procent av svenskarna att de har högt förtroende för innehållet i Sveriges Radio.<sup>5</sup> Jämfört med år 2012 har förtroendet sjunkit med tre procentenheter, jämfört med år 2013 ligger det på samma nivå. Tillsammans med Sveriges Television är Sveriges Radio det medieföretag som har högst förtroende i Sverige.

Samtidigt bör det noteras att det sker rörelser under ytan när det gäller förtroendet för medier generellt, såväl kommersiella företag som public service-bolag. Som konstateras i den senaste SOM-antologin har lågutbildade lägre förtroende för medier än högutbildade, detsamma gäller mellan yngre och äldre.<sup>6</sup> Det finns också skillnader i förtroende för medier beroende var på den politiska skalan man befinner sig, exempelvis säger 44 procent av dem som befinner sig till vänster på den politiska skalan att de har förtroende för dagspressen medan endast 24 procent som uppger att de befinner sig till höger på den politiska skalan har förtroende för dagspressen.<sup>7</sup> Ett liknande förhållande gäller förtroendet för radio och tv (67 respektive 44 procent).<sup>8</sup>

Det bör noteras att medieförtroende förefaller hänga samman med konsumtionen av medier. I senaste SOM-antologin konstateras bland annat att det syns ett tydligt mönster ”kopplat till graden av berördhet, här definierat som hur ofta respondenterna tar del av nyheter i radio och tv (Sveriges Radio, Sveriges Television, TV4) respektive dagspress (morgontidningar, kvällstidningar, gratistidningar). Bland dem som regelbundet tar del av radio-/tv-nyheter (minst 5 dagar/vecka) uppger 61 procent att de har stort förtroende för det sätt på vilket radio och tv som samhällsinstitutioner betraktat bedriver sitt arbete. Det ska jämföras med 29 procent av dem som mer sällan eller aldrig tar del av nyheter i radio och tv.”<sup>9</sup> Av detta går således att dra slutsatsen att förtroende delvis också hänger samman med konsumtion av ett särskilt medieslag. En lägre konsumtion riskerar i en del fall att påverka förtroendet negativt. I en tid när mediekonsumtionen i allt högre grad fragmentiseras och konkurrensen om publikens tid ökar är det ett rimligt antagande att förtroendet på sikt kan komma att sjunka givet det faktum att konsumtionsmönster förändras.

---

<sup>4</sup> SOM-institutet: Sprickor i fasaden (s. 80)

<sup>5</sup> SOM-institutets insamlingsperiod pågår under ett antal veckor under varje höst. Svaren bearbetas under vinter och tidig vår och presenteras i april varje år. Förtroendesiffrorna i den SOM-rapport som presenterades i april 2019 gällde således 2018.

<sup>6</sup> SOM-institutet 2019: Storm och stiltje (s. 68-69)

<sup>7</sup> SOM-institutet 2019: Storm och stiltje (s. 69)

<sup>8</sup> SOM-institutet 2019: Storm och stiltje (s. 69)

<sup>9</sup> SOM-institutet 2019: Storm och stiltje (s. 69)

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

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Sveriges Radio	73 %	70 %	-	72 %	74 %	71 %	70 %

Källa: SOM-undersökningen 2018, publicerad april 2019.

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.

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

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

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

Källa: Novus Group, Attitydundersökningen december 2019.

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

### 3.3 Värde för individen

Tabellen visar hur stor andel som uppger att "För mig personligen har Sveriges Radio stort eller mycket stort värde".<sup>10</sup>

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
För mig personligen har SR stort eller mycket stort värde	72 %	69 %	65 %	61 %	63 %	59 %

Attitydundersökningen för 2019 visar att 59 procent av allmänheten i åldrarna 16–79 år anser att Sveriges Radio har ett mycket eller ganska stort värde för dem personligen. Som konstaterats i tidigare public service-redovisningar är det ett rimligt antagande att det personliga värdet av Sveriges Radio minskar när konsumtionsmönster förändras och publiken fragmentiseras. Det personliga värdet kan i regel först uppstå när konsumtion äger rum. I undersökningen ingår även personer som inte lyssnar, och därmed är det naturligt att de inte anger att de får ut ett personligt värde. Om frågan i stället enbart ställs till dagliga lyssnare svarar 81 procent att Sveriges Radios värde för dem personligen är stort.

<sup>10</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2019.



## Sveriges Radio och finansieringen

Den 1 januari 2019 byttes finansieringsmodell för public service i Sverige. Efter decennier av licensfinansiering övergick Sverige till skattefinansiering (public service-avgiften). För Sveriges Radios del innebär det att varje svensk som mest betalade 1,30 kr/dag för utbudet i fyra parallellsända ljudradiokanaler, ett omfattande digitalt utbud samt Berwaldhallen med kör och orkester. Under 2019 erbjöds sammanlagt ungefär 155 000 timmar. Andelen av befolkningen som anser att Sveriges Radio är värt pengarna ligger för 2019 på 64 procent, det är en minskning med två procentenheter jämfört med 2018.

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sveriges Radio är värt pengarna (SR:s andel av radio- och tv-avgiften)	73 %	70 %	67 %	65 %	66 %	64 %

## 3.4 Sveriges Radios bidrag till samhället

En stor del av svenskarna konsumerar Sveriges Radio, totalräckvidden ligger på ungefär 7,25 miljoner varje vecka. Sveriges Radio finns på cirka 50 platser över hela landet och har 25 parallella lokalredaktioner som sänder ungefär 50 timmar direkt varje vecka. Sammanlagt svarar Sveriges Radios lokala redaktioner för 1 700 lokala nyhetssändningar varje vecka.

Under 2019 har Sveriges Radio arbetat med att ta fram en ny vision och nya strategiska mål som ska vägleda verksamheten under den kommande sändningstillståndsperioden. En viktig del i det arbetet var att träffa publiken över hela landet och ta reda på hur deras förväntningar på verksamheten såg ut. Under tiden 6 mars–17 april gjorde Sveriges Radio med hjälp av två husbilar över 100 stopp i hela landet för att möta publiken och föra samtal om deras relation till Sveriges Radio nu och i framtiden. Turnén var ett sätt att fånga upp förväntningar och förhoppningar och startade parallellt i Björkliden och Malmö, avslutningen skedde i Skövde. Publikens synpunkter och tankar utgjorde ett viktigt bidrag till den slutgiltiga vision och de slutgiltiga strategiska mål som beslutades av Sveriges Radios styrelse i juni 2019. De nya strategiska målen och den nya visionen kommer att agera riktningssvisare under den just påbörjade tillståndsperioden som sträcker sig fram till den 31 december 2025.

## Så bidrar Sveriges Radio till demokratin

**EU-valet.** I slutet av maj 2019 gick hela Europa till valurnorna. För att medborgare ska kunna fatta välgrundade beslut i demokratiska frågor krävs kunskap. I en opinionsundersökning som Sveriges Radio gjorde efter EU-valet svarade 48 procent av de tillfrågade att de tagit del av SR:s valbevakning vilket är en högre siffra än vid förra EU-valet då 45 procent tog del av SR:s valbevakning.<sup>11</sup> Väsentligt att komma ihåg är att valdeltagandet skiljer sig åt mellan ett EU-val och ett riksdagsval. I EU-valet 2019 deltog 55 procent av de röstberättigade i Sverige, i riksdagsvalet 2018 deltog 87 procent. Över hälften av dem som tog del av valbevakningen i Sveriges Radio tyckte att valbevakningen var bra eller mycket bra. Sex av tio gav betyget 7–10 på en tiogradig skala. Knappt en av tio gav lågt betyg, 1–4. Var femte svarade att Sveriges Radios valbevakning bidrog till att de beslutade sig för att gå och rösta och varannan tyckte att EU-valbevakningen gjorde dem bättre rustade att ta ställning till vad de skulle rösta på, vilket var högre

<sup>11</sup> I undersökningen från Kantar Sifo fick drygt 3 000 personer i åldrarna 18-79 år svara på frågor om valbevakningens innehåll och förtroende för Sveriges Radio och andra medier.

nivåer än inför riksdagsvalet. Bevakningen av EU-valet beskrivs utförligt i 7.2.6, utrikesverksamheten som helhet i 7.2.2.

**Fler utsändningar.** Sveriges Radio arbetar aktivt för att spegla hela Sverige, i det nya sändningstillståndet poängteras också vikten av att stärka bevakningen i svagt bevakade områden. Det arbete med att sända ännu mer ute och komma ännu närmare publiken vilket inleddes tidigare under tillståndsperioden har fördjupats under det gångna året. Sveriges Radios lokala redaktioner arbetar i ännu högre utsträckning än tidigare med att spegla hela landet och att låta fler röster höras. Ny sändningsteknik gör det lättare att möta olika människor i deras vardag och genomföra fler sändningar utanför radiohusen.

**Den granskande journalistiken.** Journalistikens roll som granskare av makten är fundamental. Sveriges Radio lägger varje år ner stora resurser på undersökande journalistik på lokal och nationell nivå. Sveriges Radio har också genom ett omfattande internationellt nätverk av korrespondenter möjlighet att knyta samman det lokala med det internationella. Sveriges Radios 25 lokala kanaler genomför åtskilliga granskningar vid sidan av det ordinarie nyhetsarbetet. Detta beskrivs närmare i avsnitt 7.2.3.

**Betydelse för medieproduktion och arbetsmarknad.** Genom den omfattande innehållsproduktionen internt och externt bidrar SR till en stark marknad för ljudinnehåll. Sveriges Radios verksamhet får sägas ha varit helt avgörande dels för utvecklingen av svensk poddmarknad, dels för att konsumtionen av poddar idag är mycket hög i Sverige jämfört med de allra flesta länder. Utvecklingsarbetet inom företaget kommer allmänhet och andra aktörer till del bland annat genom att innehåll är fritt för andra plattformar genom öppet API, och att tekniska innovationer och lösningar inom företaget tillgängliggörs på marknaden genom bland annat så kallade open source-lösningar.

**C2S.** En rad projekt och aktiviteter genomförs inom ramen för Sveriges Radios C2S-arbete (contribution to society). För att öka kunskapen hos barn och unga om demokrati och tryck- och yttrandefrihet fortsatte Sveriges Radio arrangemanget *Fria ordets dag* tillsammans med bland andra Sveriges Television, Blekinge Läns Tidning, Sydöstran, Smålandsposten. Under hösten 2019 arrangerades Fria ordets dag i Växjö och i Karlskrona där kommunens sjätteklassare under en heldag fick lära sig mer om demokrati, yttrandefrihet och källkritik. Liknande exempel på projekt och aktiviteter är de öppna frukostseminarium företaget arrangerar runt om landet, där bland annat forskare, publicister och opinionsbildare diskuterar mediernas och journalistikens roll och påverkan på samhällsfrågor, och där publiken deltar. Broschyren *Så funkar Sveriges Radio och public service – ett studiematerial på lätt svenska om medier och journalistik* har tagits fram för sfi-utbildningar och kurser i svenska som andraspråk. Materialet om yttrandefriheten och tryckfriheten i Sverige, om de etiska regler som journalister ska följa, och om vad som är speciellt med public service har under hösten 2019 funnits att beställa och ladda ner som kostnadsfritt lektionsmaterial. Andra exempel på C2S-arbete är när lokala kanaler såväl besöker skolor som öppnar radiohusen för studiebesök med tillhörande aktiviteter.

**Publiknätverken bidrar med idéer.** Sveriges Radio har sedan många år tillbaka ett projekt där publiken bjuds in att delta i dialog med de lokala kanalerna för att vara med och påverka innehållet. De lokala publiknätverken har i dag drygt 12 000 medlemmar över hela landet. Genom att vara med i publiknätverken bidrar många i publiken till att bredda perspektiven i journalistiken. I projektet SR Granskar under hösten 2019 tittade exempelvis reportrar över hela landet på hur ekonomiska underskott leder till nedskärningar inom skolan på många platser i landet. Vid granskningen har medlemmar från publiknätverken bjudits in att komma med exempel och information, och efterlysningar har skickats ut till nätverken. Ett annat exempel var granskningen om den stora floran av parkeringsappar som finns i hela landet och de svårigheter det kan innebära. Nätverken har lett till att det varit enkelt att göra lokala uppföljningar och vinklingar av de bärande reportagen.

Publiknätverken är öppna för alla lyssnare, och många reportage och uppslag kommer till efter dialog med nätverken. Sveriges Radio har också en omfattande dialog med publiken via sociala medier.

## **Samarbeten med kultursektorn**

För Sveriges Radio är samarbetet med kultursektorn väsentligt. Företaget är en mycket stor beställare av musik, drama och andra verk från kultursektorn och sysselsätter kulturarbetare, författare, dramatiker, regissörer, kompositörer med flera.

Under 2019 resulterade samarbetet med kulturinstitutioner i hela landet i 2 180 utsändningar eller sammanlagt 1 521 timmar radio. 2019 beställde P2 och Berwaldhallen totalt 10 verk av svenska tonsättare.

Även under 2019 genomfördes en stor seminarieturné där många av Sveriges Radios utrikeskorrespondenter mötte publiken runt om i landet i ett samarrangemang med Riksteatern. Arrangemangen är populära, och turnén drar oftast fulla hus.

Av de anslag SR förfogar över går åtskilligt vidare till andra aktörer och branscher på marknaden i form av ersättning till kulturutövare och andra medverkande.

Sveriges Radios bidrag till den svenska musikbranschen sker dels genom betalning för musikrättigheter – under 2019 betalade Sveriges Radio 145 miljoner kronor för musikrättigheter – dels genom det faktum att så många olika svenska artister och låtskrivare spelas i Sveriges Radio, artister som därmed når en bred publik via en plattform med hög trovärdighet och stor räckvidd.

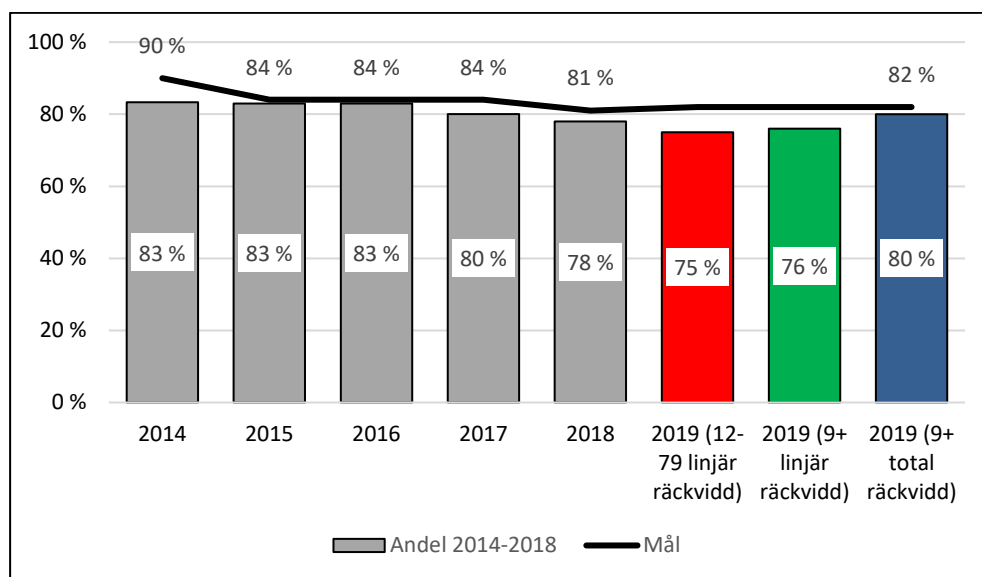
Sveriges Radio bidrar till den svenska kultursektorn genom att bland annat anlita musiker, krönikörer, frilansjournalister, sångare och produktionsbolag. Under 2019 betalade Sveriges Radio sammanlagt ut 470 miljoner kronor till olika former av utomstående medverkan (inklusive musikrättigheter).

## **3.5 Publikmål**

Konkurrensen i medielandskapet har ökat kraftigt de senaste åren. Faktorer som globalisering och digitalisering är väsentliga för att förstå de förändringar som skett. Sveriges Radio konkurrerar i dag om publikens uppmärksamhet med internationella giganter, parallellt med en mångfald av inhemska aktörer. Det tillgängliga utbudet ökar, så också kraven på de olika medieaktörerna för att verkligen bli valda. Att göra radio i allmänhetens tjänst innebär att erbjuda ett oberoende innehåll med hög kvalitet till en mångfasetterad publik på rätt plattformar vid rätt tidpunkt.

Av de traditionella medieslagen är konsumtionen av linjär radio alltså stabil jämfört med hur utvecklingen ser ut för marksänd tv och tryckta medier, men förändringar sker även här. Målet 2019 var att Sveriges Radios linjära kanaler skulle nå 82 procent av befolkningen 12-79 år en genomsnittlig vecka, vilket inte nåddes. Publikmålen ska signalera tilltro till den programutveckling som görs snarare än att vara helt realistiska att nå. Den totala räckvidden (linjärt + on demand) var 80 procent eller 7 250 000 under en vecka. Med andra ord når Sveriges Radio nästan målet totalt om lyssnandet linjärt och on demand slås samman. För Sveriges Radio är den linjära lyssningen fortfarande dominerande, men publiken flyttar successivt över till digitala plattformar. I vissa åldersgrupper, framför allt bland de yngre lyssnarna, konsumeras mer och mer ljudinnehåll on demand, och därför är det allt mer relevant för Sveriges Radio att tala om och följa upp total räckvidd. Utfallet för det enbart linjära utbudet blev 75 procent i gruppen 12-79 år och 76 procent i 9+.

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



Källa: Kantar Sifos radiomätningar, PPM och CATI.

### Lyssning på Sveriges Radios program on demand

Sveriges Radio nådde målet för on demand trots att också det var offensivt. Det sattes till 1,8 miljoner digitala enheter i veckan, och den genomsnittliga veckoräckvidden var nästan 1,8 miljoner. Det är fortfarande så att de allra största programtitlarna har stor betydelse för den totala utvecklingen.

Målet definieras som veckoräckvidd mätt med teknisk mätning enligt Poddindex-regler. Målet gäller on demand-lyssning oavsett var lyssningen skett (egna eller externa plattformar/tjänster).

Den genomsnittliga veckoräckvidden för Sveriges Radio totalt ökade med 15–20 procent under 2019. Närmare beskrivning av on demand-lyssnandets utveckling, både för Sveriges Radio totalt och för kanalerna och marknaden, finns i kapitel 8 om Sveriges Radios publik.

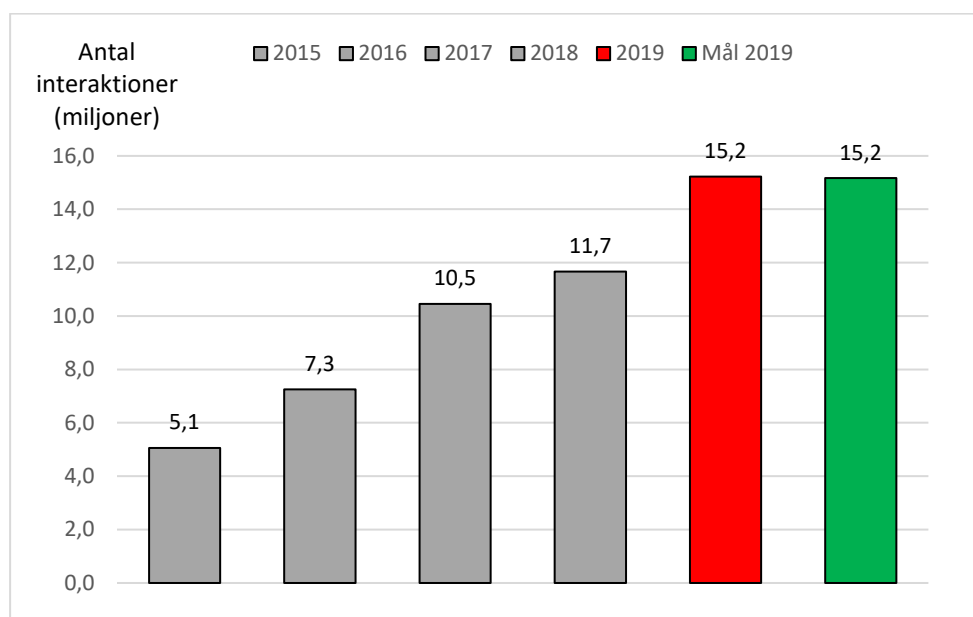
### Sveriges Radio på sociala plattformar

Sveriges Radio arbetar med att nå ut och skapa relationer via sociala medier. Under 2019 har fokus inte varit hur antalet följare utvecklas utan målsättningarna för arbetet har inriktats mot engagemang och interaktioner. Anledningen är att interaktioner bättre speglar vad Sveriges Radio som företag vill med sociala medier-närvaron – skapa en aktiv publikrelation.

Sammanfattningsvis var summan av interaktioner 30 procent högre för helåret 2019 än för helåret 2018. Det är en mycket god utvecklingstakt såväl i jämförelse med målsättningen som föregående års utveckling. Procentuellt sett ökar Facebook och Instagram ungefär lika mycket sett över helåret. Antalet interaktioner som helhet är dock fortfarande störst för Instagram.

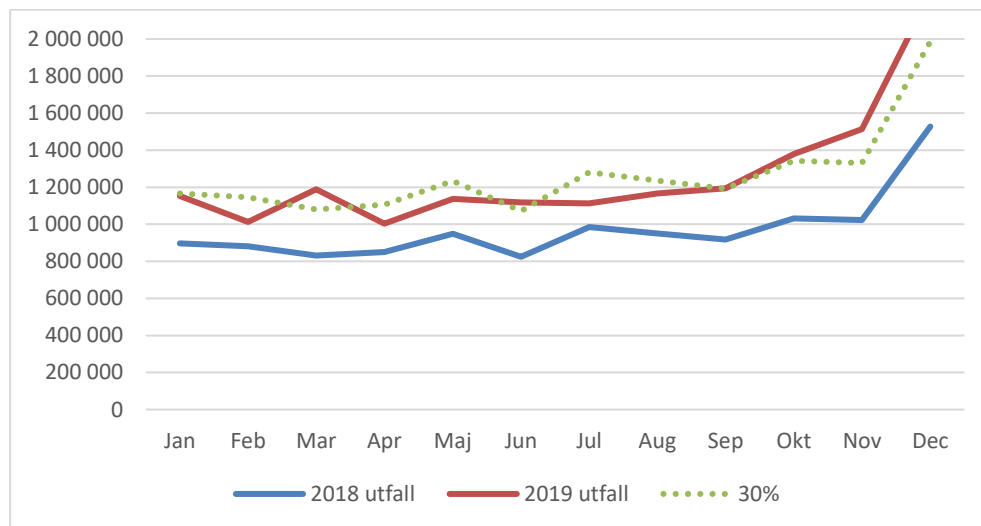
P4:s lokala kanaler är starkt bidragande, framför allt till ökningarna för Facebook. Även *P3 Nyheter*s utveckling på Instagram påverkar det totala antalet interaktioner positivt.

**Diagram 2. Antal interaktioner per år på Sveriges Radios konton i sociala medier**



Källa: Facebook/Crowdtangle (analysverktyg)

**Diagram 3. Antal interaktioner per månad på Sveriges Radios konton i sociala medier**



Källa: Facebook/Crowdtangle (analysverktyg)

Den streckade linjen visar 30 procents ökning i snitt jämfört med 2018 per månad. Den röda linjen visar det verkliga utfallet 2019.

Mer information och analys kring lyssning finns i kapitel 8.

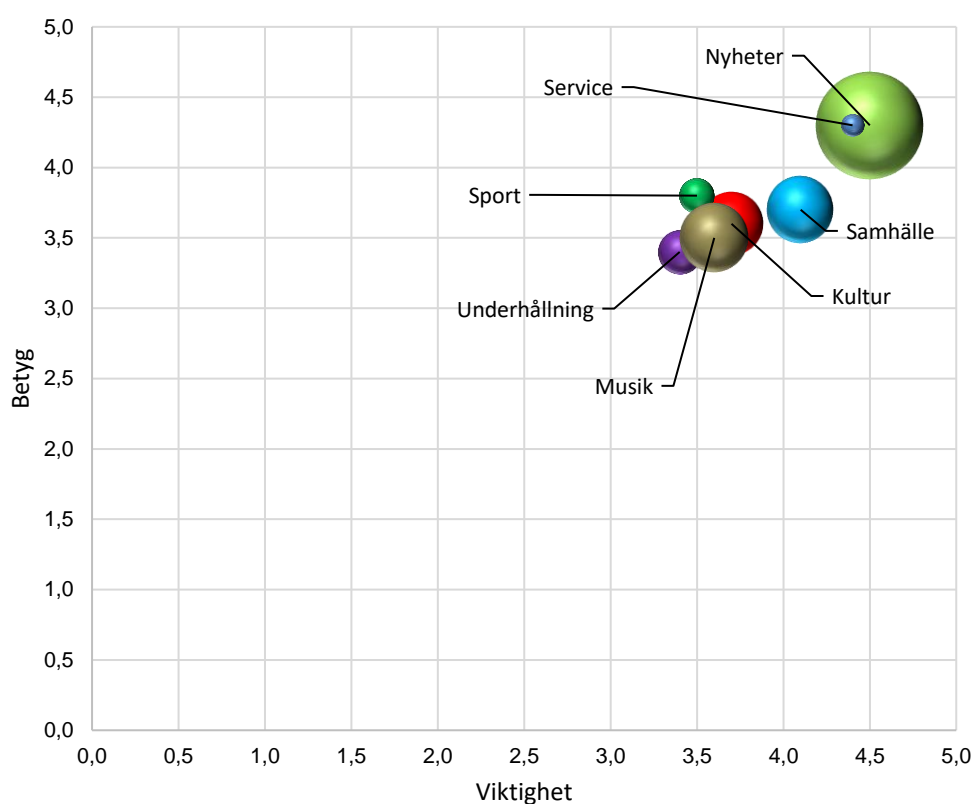
### 3.6 Allmänhetens värdering av programkategorier

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.

För flertalet av de programkategorier Sveriges Radio sedan många år använt för redovisning av sändningstid och kostnader finns en motsvarighet i Attitydundersökningen, dock inte för Livsstil varför denna kategori saknas i diagrammet.<sup>12</sup>

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

**Diagram 4. Programkategoriers viktighet och betyg**



*Källa: Novus Group, Attitydundersökningen december 2019 samt Sveriges Radios fördelning av kostnader på programkategorier (se tabell 40).*

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

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

<sup>12</sup> I kategorin Service ingår väder- och trafikinformation.

som allmänheten anser är viktiga även höga betyg. Nyheter och Service ligger i topp avseende såväl viktighet som betyg. Det kan konstateras att samtliga programkategorier har ett värde på minst 3,4 för både viktighet och betyg.

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

Musikkostnaderna avser framför allt de musikkostnader 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 (inklusive kostnader för sportavtal) och Underhållning är två kategorier där SR prioriterat att lägga relativt sett mindre resurser.

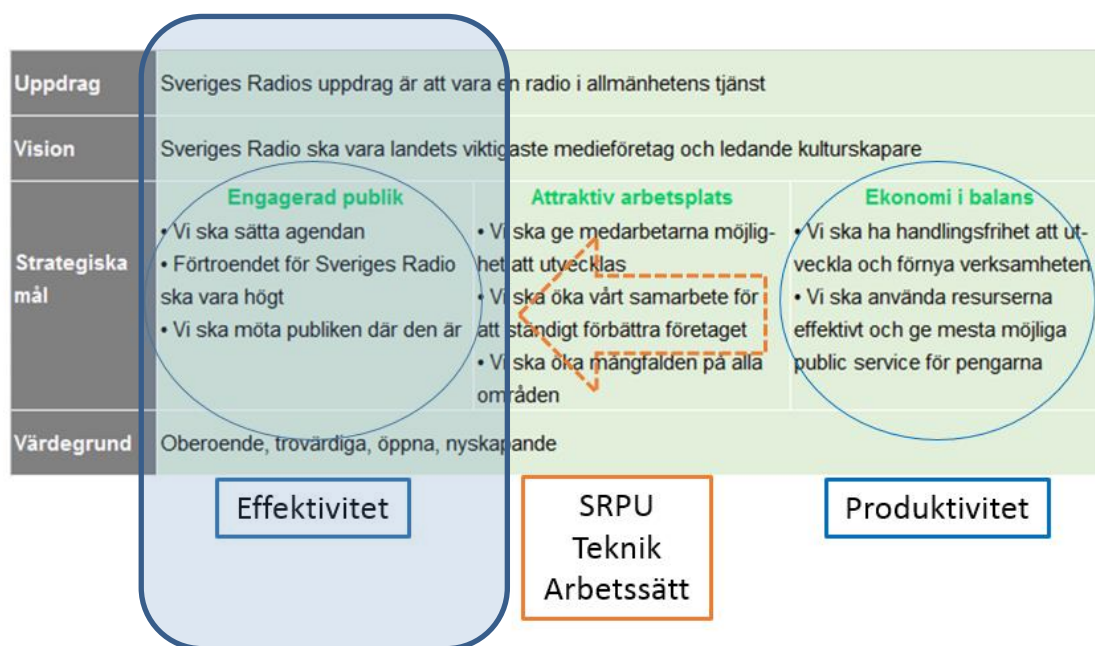
### 3.7 Effekten av ökad produktivitet

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

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

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

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





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

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

Sveriges Radio anser det varken möjligt eller meningsfullt att försöka sätta siffror på det mervärde som skapats eftersom detta till största delen handlar om kontinuerlig kvalitativ utveckling av innehållet samt nya tekniska lösningar för tillgängliggörande. Men helt klart är att publiken i dag får väsentligt mer utbud av ett företag vars budget krävt effektiviseringar varje år för att dels klara löneökningar över den årliga tilldelningen, dels för att utveckla företaget. Under hela 2000-talet (med ett års undantag) har uppräkningsen av anslagen legat under ökningarna av främst lönekostnader.

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

Genom omfördelning av resurser till den omfattande tekniska och digitala utvecklingen med moderna radiohus, OB-väskan och appen Luci Live har det blivit möjligt att sända direkt från alla delar av Sverige och världen. Antalet tillfällen innehåll produceras och sänds från platser och sammanhang utanför radiohusen har ökat väsentligt under tillståndsperioden.

För att nå hela publiken och möta nya medievanor hos stora delar av särskilt den yngre publiken är en omfattande digital förflyttning nödvändig. Hela denna omställning finansieras inom befintlig medelsram samtidigt som det marksända utbudet är lika omfattande som tidigare. Även det marksända utbudet har utvecklats på en rad punkter, exempelvis översyn av samtliga linjära kanaler, ökad lokal närvaro och en större förändring av P3:s linjära utbud som tagits fram under 2019 och lanserats januari 2020.

### Exempel på digitala satsningar:

- Nyhetsutbudet i appen *SR Play* har arbetats om. Nu är det tydligare och med bättre närvaro för fler nyhetsgenrer liksom för det lokala materialet. Speglingen av nyhetshändelser i hela landet är mer lättillgängligt samlat i det digitala utbudet under rubriken "Toppnyheter".
- P4-kanalerna och *Ekot* har skapat en helt ny typ av självständiga ljud som kan erbjudas som digitalt innehåll i nyheterna i appen *SR Play* liksom i smarta högtalare.
- Ekoredaktionen och *P3 Nyheter* har utvecklat de nya formaten *Ekot på en minut* och *P3 på en minut* som även kan placeras i sociala medier.
- Den klassiska *Julkalendern* har moderniserats och digitaliserats genom att SR år 2018 utvecklade den första interaktiva röststyrda *Julkalendern* för smarta högtalare där publiken kan styra skeendet genom röstkommandon.
- Nya P3-format med innehåll för en ung publik har prövats med framgång. Exempel på detta är *Tunnlarna* och *Smittan* inom formatet *P3 Serie*. *P3 Musikedokumentär* är ett annat format som utvecklats och nått en stor publik.
- Sveriges Radios erbjudande i Google Home. Under 2019 har SR effektiviserat nyhetserbjudandet på röststyrda högtalare genom att samordna det med erbjudandet i appen *SR Play*. Nu spelas automatiskt de fem första nyheterna ur appens Toppnyheter-flöde också till nyhetslyssnarna i Google Home. Detta erbjudande är förinställt i nya högtalare så att den som säger "ge mig nyheter" får denna ström. Samordningen har sparat resurser eftersom flödet är helt automatiserat och inte kräver manuell redaktörskraft.

- Kortare nyhetsformat i text. Under 2019 har den första delen av projektet kring kortare nyhetsformat på *sverigesradio.se* genomförts. Ett antal lokala kanaler har under året börjat jobba med trepunktsformat där nyheter presenteras med tre rappa punkter som ska stimulera lyssning. Denna omställning är en del i strategin ljudet i fokus på alla plattformar, och görs också för att omfördela redaktörskraft. Under 2020 kommer arbetssättet att införas på alla SR:s nyhetsredaktioner.
- Automatisk ljudjustering av klipp. En utmaning i Sveriges Radios spellistor i *SR Play* är att ljudnivåerna har varit varierande eftersom inslag från olika redaktioner samsas i samma spellista. Under 2019 genomförde SR:s tekniska ljudexperter en förändring så att nivåerna i Toppnyheter justeras automatiskt för att ge en behaglig helhetsupplevelse. Detta har effektiviserat och förenklat processen för företagets ljudredaktörer som nu kan få ut nyhetsljud snabbare.

### Övrigt innehållsligt mervärde för publiken

Löpande genomförs prioriteringar och utvecklingsprojekt även i det linjära innehållet. Exempel under tillståndspérioden:

- Förstärkning med 13 tjänster för bevakning kvällar och helger i alla lokala P4-kanaler infördes 2018.
- De lokala P4-kanalerna har genom omprioriteringar och effektivare utnyttjande av sina resurser kunnat genomföra fler granskningar och mer undersökande journalistik.
- P4-kanalerna har haft betydligt fler utesändningar vilket gett direkta möten med publiken.
- De lokala P4-kanalerna har också efter ett omställningsarbete kunnat frigöra resurser för att tillsammans med *Ekot* öka den lokala närvaron i framför allt *P1-morgon*.
- *Ekot* och Radiosporten har tillsammans med de lokala P4-kanalerna gjort om och ökat antalet sändningar morgon och eftermiddag.
- Under valrörelsen 2018 var Sveriges Radio ute och livesände på plats i nästan samtliga Sveriges kommuner, något som tidigare inte varit möjligt i den omfattningen.
- Sveriges Radio har i dag 23 utrikeskorrespondenter, inklusive en traineetjänst, jämfört med 17 stycken 2013.
- I ett samarbete mellan lokala kanaler och kulturredaktionen har de svenska kommunernas satsningar på kultur skildrats och granskats för att sätta fokus på kulturlivet i hela Sverige, särskilt utanför de stora städerna.

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

## 4 Kvalitet och utveckling

### 4.1 Säkerställa uppdrag och kvalitet

#### 4.1.1 Styrning och utbudsprocess

Sveriges Radios verksamhet styrs av regler och villkor som fastställs av riksdag och regering. Med stöd av radio- och tv-lagen formulerar regeringen ett sändningstillstånd som bestämmer ramarna för verksamheten under tillståndsperioden. Regeringen utfärdar därefter anlagsvillkor med beslut om medelstilldelning samt andra förutsättningar av teknisk och administrativ karaktär. I det tillstånd som trädde i kraft 1 januari 2020 är medelsvillkor beslutade för samtliga sex verksamhetsår tillståndsperioden omfattar.

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.

Från och med 1 januari 2019 finansieras verksamheten via en specialdestinerad skatt som tas ut per skattskyldig medborgare, vilken ersatte den tidigare tv- och radioavgiften som betalades per hushåll med tv-mottagare.

Sveriges Radios verksamhet är organiserad i enheter. Under verksamhetsåret 2019 har förändringar av enhetsstrukturen beslutats så att företaget från 1 januari 2020 består av fem enheter: Vd-, Program-, Teknik, Kommunikations- samt Personal- och Ekonomienheten. Den tidigare Strategienheten upphör. Företagsledningen omorganiserar i samband med denna förändring sitt arbetssätt och minskar antalet medlemmar från tio till nio.

Programenheten är organiserad i tre genreområden, sex geografiska områden samt Sisuradio/Radio Romano och Play. Dessa områden svarar för programproduktion. Område Play har uppdraget att driva och stötta digital utveckling, bedriva viss digital publicering i appen *Sveriges Radio Play* samt säkra Sveriges Radios innehåll på alla egna plattformar.

En Utbudsgrupp ansvarar för interna och externa programuppdrag. Programuppdragen utgör grunden för redaktioners, områdens och avdelningars planering och budget för kommande år samt för externa bolags produktioner. Inom Sveriges Radios avdelning för produkt- och tjänsteutveckling sker utveckling av de publika gränssnitten (exempelvis *sverigesradio.se*, *Sveriges Radio Play* liksom applikationer och funktioner för röststyrda produkter) samt de interna redaktionella produktionssystemen.

#### Det utbudsstrategiska arbetet

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

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

Utbudsgruppen ansvarar för utläggning av programuppdrag internt och externt och styr analyserna av de respektive analoga och digitala utbudet. Utföraren av ett programuppdrag sätter själv konkreta mål och

utför uppdraget i samtliga publiceringsformer. Återkoppling sker på initiativ av de kanalansvariga eller utförare.

De årliga uppdragen sammanfattas i en utbudsplan som ingår i Sveriges Radios verksamhetsplan där det framgår hur SR arbetar för att nå målen. Planeringen inför kommande år avslutas när styrelsen i december godkänner verksamhetsplan och budget.

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

- Den publicistiska grunden – sätta agendan, skapa sammanhang och vara 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. Nya kanalstrategier har tagits fram av särskilda analysgrupper och presenterats under 2019.

## Uppföljning

Företagsledningen får varje månad ett estimat över det ekonomiska läget, och mer omfattande uppföljningsrapporter görs tertialvis. Här beskrivs läget inom verksamheten som helhet, och strategiska mål, publik, sändningstid, upphandlings- och investeringsverksamhet följs upp. Tertialgenomgångar görs i företagsledningen och i styrelsen, och verksamheten utvärderas av enhetschefer, ekonomichef och vd.

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

Programuppdrag och lyssning mäts och följs upp på olika sätt, dels löpande i CATI- och PPM-mätningar<sup>13</sup>, dels i form av årliga uppföljningar av interna publikmål för varje kanal.

Kanalerna följs även upp med kvalitativa publika mål i Novus attitydundersökning, där man bland annat mäter graden av "viktighet" de svarande uppfattar i respektive kanal. Eftersom denna attitydundersökning har funnits sedan år 2009 ger utfallet beställarna en god kunskap över tid om hur publiken uppfattar att kanalen har utvecklats. Resultaten ingår också i framtida beslutsunderlag för de kanalansvariga.

---

<sup>13</sup> PPM (Portable People Meter) utgör från och med januari 2013 metoden som ger de offentliga lyssnarsiffrorna för nationella radiokanaler i Sverige. Nationell radio mäts tekniskt med hjälp av en liten mobil mätare som fångar upp en för örat ohörbar kod som är inbäddad i radiosändningarna. Mätaren bärs av drygt 1 700 individer i åldern 12–79 år från morgon till kväll. Lyssnarsiffror levereras dagligen till radiomarknadens aktörer. Lokal radio mäts med hjälp av 30 000 telefonintervjuer årligen. CATI-intervjun (Computer Aided Telephone Interview) bygger på hjälpt erinran där de intervjuade 9–79 år ledsagas genom gårdagens potentiella radiolyssnarsituationer. Radiolyssnandet mäts vid intervjun ned till 5-minutersnivå och utöver vad man lyssnar på för radiostation omfattar kartläggningen också om man lyssnar via FM eller webb och med eller utan hörlurar samt på vilken plats lyssnandet sker. Sammanfattande rapporter publiceras fyra gånger per år. I telefonintervjuerna ställs också frågor om on demand/podd-lyssning. De ligger till grund för den totala räckvidden, vilken ger en samlad bild av hur många som lyssnar på Sveriges Radio antingen linjärt eller on demand.

På uppdrag av Sveriges Radio genomförs även regelbundet en mätning för att kartlägga lyssnandet i gruppen över 79 år. Denna mätning görs genom telefonintervjuer och bygger på ett slumpvist urval av drygt 1 000 personer.

## Modell för kontinuerlig utveckling

Chefer på alla nivåer inom Sveriges Radio arbetar efter en pilmodell, vars syfte är att driva utveckling på alla organisatoriska nivåer genom att koncentreras till ett begränsat antal frågor. Under fyra rubriker anger cheferna aktiviteter som ska genomföras inom ett tidsspann mellan tre och 36 månader. Innehållet i pilarna följs upp och revideras tillsammans med närmast överordnade chef tre gånger per år.

Rubrikerna i modellen är:

VAD – de viktigaste förändrings- och utvecklingsprocesserna.

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

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

LEDARSKAP – hur ledarskap, kultur och organisation ska utvecklas.

Under verksamhetsåret har beslut fattats om att pilmodellen ska renodlas till att vara en utvecklingsplan för hela Sveriges Radio och vara sammankopplad med nya strategiska mål som beslutats för kommande sändningstillståndperiod.

### 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 2019, p. 13)

Sveriges Radios programproducerande enhet är indelad i sex geografiska områden: Syd, Öst, Väst, Mälardalen, Mitt och Norr. Vid sidan av dessa finns genreområdena Ekot, Musik och Kultur/Samhälle samt Sisuradio/Radio Romano och Play. Den lokala organisationen utgörs av 25 P4-kanaler samt Sameradion i Kiruna, Meänraatio i Pajala, Uppsala och Övertorneå, medarbetare från Sisuradio på tretton orter, P3 Din Gata i Malmö samt P4 Södertälje<sup>14</sup> och P6 i Stockholm.

De geografiska områdena har det långsiktiga utvecklingsansvaret för de lokala kanalerna som i sin tur ansvarar för innehållet. Cheferna för respektive lokal station är också ansvarig utgivare för sin kanal. Kanalerna samarbetar för att använda resurserna effektivt och uppnå samordningsvinster.

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. Bevakningsuppdraget utförs fram till kl. 23.00 alla veckans dagar för samtliga P4-kanaler.

Utöver de redaktionella resurserna finns administrativa resurser och produktionstekniker samt infrastruktur såsom lokaler, studior och utsändningsteknik med lokal sändningstäckning för att producera och sända lokalt över hela landet. Sveriges Radios produktionsteknik är fördelad till de respektive geografiska

<sup>14</sup> P5 STHLM upphörde med sändningen i slutet av november 2018. Frekvensen används nu till en lokal morgonsändning över Södertälje samt till andra program- och evenemangssändningar.

områdena, genreområdena samt till Sisuradio/Radio Romano för att hela ansvaret för den samlade produktionen ska vara tydligt decentraliserat.

Ett antal lokala redaktioner utanför Stockholm producerar tillsammans med produktionsbolag utanför Stockholm drygt 55,8 procent av allmänproduktionen i rikskanalerna.

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

Av Sveriges Radios programproducerande personal (exklusive Berwaldhallen) är 57 procent stationerad utanför Stockholm. Totalt finns företaget på cirka 50 orter runt om i Sverige. I Bilaga 6 redovisas antal anställda per ort. Under 2019 har också ett försök med tillfälliga redaktioner inletts i syfte att öka närvaron i områden där kanalerna vill förstärka bevakningen.

Respektive del av organisationen ska med sina tilldelade resurser uppfylla uppdraget att spegla respektive områdes särprägel och egenart. Lokala röster, perspektiv och infallsvinklar når också en rikspublik i Sveriges Radios riksprogram i P1, P3 och P4. Under 2019 har ett särskilt fokus legat på att öka detta flöde till riksprogrammen så att fler ämnesval, röster och perspektiv finns med i Sveriges Radios nationella utbud. Under tillståndspanoroden har ett särskilt projekt genomförts för att stärka lokal och regional kulturbevakning i hela Sveriges Radio, vilket också lett till fler röster, perspektiv och infallsvinklar i de rikssända kulturprogrammen.

#### **4.1.3 Agendasättande**

Ett av Sveriges Radios strategiska mål är att vara agendasättande. Med det avses inte att driva opinion eller kampanjer utan att skapa journalistik som är angelägen och har betydelse för den som tar del av innehållet. Lyssnarna ska kunna få ny kunskap och sina tankar utmanade, insikter om hur lokalt och globalt hänger ihop och därmed få hjälp att bilda sig en egen uppfattning och ta ställning i olika samhälls- och kulturfrågor.

Publiceringar görs i FM och på digitala plattformar. Kraven på trovärdighet och oberoende är desamma oavsett plattform.

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

Mediebevaknings- och analysföretaget Retriever följer varje år hur andra medier citerar Sveriges Radios nyhets-, kultur- och samhällsredaktioner. 2019 citerades lokala kanaler 48 000 gånger, *Ekot* 24 000 gånger och *Kulturnytt* 3900 gånger. Totalt citerades Sveriges Radio 98 000 gånger under 2019, vilket motsvarar närmare 270 gånger per dag. Se mer om genomslaget i tabell 36 i kapitel 8.<sup>15</sup>

#### **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.

---

<sup>15</sup> Retriever december 2019.

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

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

Under 2019 gjorde Sveriges Radio en omstart med företagets reporternätverk, som numera heter SR Granskar. Reportrar från samtliga lokala kanaler samt *Ekot* och ett antal andra riksredaktioner ingår. Nätverket är indelat i sex olika ämnesgrupper: skola/utbildning, ekonomi/konsument, brott/straff, invandring/integration, klimat samt sjukvård/omsorg. Uppdraget för SR Granskar är att ta fram undersökande journalistik med lokal förankring, stort värde för publiken, ett nära lyssnarperspektiv och möjlighet till stort genomslag både lokalt och nationellt.

*P3 Nyheter* i Göteborg har under 2019 som ett led i målet att vara nyhetsleverantör till unga lyssnare ökat utbudet av granskande originaljournalistik inom områden som är viktiga för målgruppen, och gjort ur målgruppens perspektiv.

*Ekot* har under 2019 lett ett europeiskt samarbete inom undersökande journalistik, EBU Investigative Projects & Network (EIPN). Det består av två delar: Den ena delen är en projektgrupp där grävreportrar från tio EBU-bolag (bland annat brittiska BBC, finländska YLE, belgiska VRT och tyska ZDF) samarbetar kring konkret research inom ämnen av gränsöverskridande karaktär. Här har gemensamma publiceringar gjorts inom ämnen som terrorfinansiering, högerextremistiska nätverk och trakasserier mot turkiska oppositionella. Den andra delen är ett större nätverk där alla EBU-medlemmar inbjuds skicka in kontaktuppgifter till undersökande reportrar och redaktörer. Detta läggs i en databas som används för att initiera samarbeten, utbyta idéer och metodstöd.

#### 4.1.4 Kvalitetsarbete inom intern och extern programproduktion

##### Interna produktioner

Ansvar för att utveckla programmets kvalitet är decentraliserat till de redaktioner och produktionsställen där innehållet skapas, som i arbetet får olika typer av stöd från funktioner centralt inom företaget. Ett exempel är återkoppling med hjälp av särskilda lyssningsteam. I ett heterogent utbud ser behoven av kvalitetssäkring olika ut, och därmed också såväl det löpande kvalitetsarbetet som avgränsade utvecklingsprojekt. Några exempel:

- P1 har arbetat med att utveckla det linjära utbudet i bland annat *P1-morgon*. Ett annat fokusområde har varit att anpassa förinspelade program till lyssning för en växande publik on demand. Ett exempel under 2019 är *Språket* i P1 som fått en snabbare och tydligare inledning av programmet, och starkare profilering av programledaren.
- Redaktion och musikläggare för *Klassisk morgon* i P2 har under 2019 tagit fram en musikpolicy med mätbara mål och redaktionella samtal om målgruppsbehov och urval. Arbetsmodellen implementeras successivt inom fler program i kanalen under 2020.
- För P3-produktioner kan kvalitetsarbetet se ut på andra sätt, som i fallet med serien *Hej jag heter Fredrik* i tio delar där en medarbetare från *Tankesmedjan* i P3 fick hjälp att göra radio om sin resa mot ett kokainfritt liv. Även *P3 Dokumentär Serie* har fått stöd för att utveckla sitt serieformat.



- I P4 har programledare under 2019 arbetat med kunskaps- och erfarenhetsutbyte, till exempel i form av workshoppar med redskap för ett personligt, profilerat programledarskap. Andra projekt för att säkra och utveckla kvaliteten i P4-kanaler beskrivs i avsnitt 7.9.2.
- I publicistiska forum möts regelbundet ansvariga utgivare och representanter från Sveriges Radios publicistiska ledning. Här genomförs analyser, diskussioner och fortbildning kring aktuella frågor som exempelvis kan innebära utmaningar av etisk och juridisk art.
- Kontinuerliga utbildningsmöten hålls med kanalchefer, agendachefer, dagproducenter och programutvecklingschefer för att implementera förändringar, för att utvärdera, följa upp mot beställning och utbyta ”best practice” från de olika kanalerna och från de olika rollerna.

## 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 2019, p. 15)

Sveriges Radio arbetar med externa produktioner på liknande vis som interna med utvärdering och utveckling av såväl befintliga program som förslag på idéstadiet. Några exempel från 2019:

- *P3 Psykologen*, ett nytt format med en känd P3-profil och en psykolog, som görs av Klippan Produktion AB.
- Förnyelse av struktur, ämnesval och dramaturgi i det romska ungdomsprogrammet *Terni Generatcia* i P2 som produceras av Malmöbaserade Umami Produktion AB.
- Tillsammans med Micaela Teater & Musik vidareutvecklades format och innehåll för *Bebispodden i Barnradion* som sänts i P4. Såväl logopedier som fokusgrupper med barn och föräldrar har involverats i kvalitetsarbetet.

Sveriges Radio arbetar löpande med att förbättra, förenkla och effektivisera samarbetet med externa produktionsbolag kring rutiner, beställningar, avtalskontrakt, kvalitetskontroller och leveranser. Utlägg av programserier har ökat under de två första decennierna under 2000-talet, och information om hur Sveriges Radio arbetar med externa produktioner finns att läsa på [sverigesradio.se](http://sverigesradio.se). Där redovisas samtliga program som köps in av Sveriges Radios Utbudsgrupp: vilket bolag som producerar, till vilken kanal de görs och antalet avsnitt. Syftet är att processen med vad som efterfrågas och köps in ska vara tydlig och transparent.

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

Handboken *Leveranshandbok – ett programs väg genom Sveriges Radios infrastruktur* finns på webbplatsen [medieportalen.sr.se](http://medieportalen.sr.se) som är öppen för programproducerande bolag. Denna uppdateras löpande med förbättringar och förändringar. Medieportalen för leveranser av program har utvecklats i dialog med bolagen. Tjänster som leveranskvittens och leveranshistorik samt förenkling av leveransen av metadata har införts under senare år. Under 2018 gjordes några större förändringar och förbättringar, och 2019 har det enbart behövt göras mindre justeringar för att användarna ska kunna använda portalen problemfritt. Sedan tidigare kan de externa bolagens medarbetare leverera program i Medieportalen, lyssna på musik från grammofonarkivet, ta del av inslag och program från arkiv och programbank samt beställa program och musik. Syftet är att göra det lika enkelt och effektivt för externa bolag som för interna producenter att producera program.

Sammankomster med externa produktionsbolag arrangeras löpande. Här följer några exempel från 2019:

- En dag med föreläsningar och diskussioner om bland annat riktlinjerna gällande EU-valet med förevisning av publikverktyget Crowdtangle, information om Sveriges Radios olika kanalstrategigrupper och demonstration av flera tekniska lösningar för direktsändningar utanför studiolokaler.
- Möte med de större bolagens ägare och SR:s ledning för erfarenhetsutbyte samt genomgång av bland annat Sveriges Radios kanalstrategier och diskussion om ett nytt sändningstillstånd och finansieringssystem.
- Under hösten 2019 påbörjades en insats med workshoppar med tonvikt på programregler, förtroende och upphovsrätt – målsättningen är att samtliga av de stora produktionsbolagen ska besökas före utgången av 2020.

Sveriges Radios säkerhetsavdelning har också stöttat och hjälpt produktionsbolag och deras medarbetare när det förekommit hot och incidenter.

#### **4.1.5 Kompetensutveckling**

Att Sveriges Radios medarbetare har rätt kompetens och utvecklingsmöjligheter är nödvändigt för att företaget ska kunna uppfylla sitt public service-uppdrag, kunna rekrytera samt behålla personal och vara ett starkt arbetsgivarvarumärke.

Under en introduktionsutbildning får nyanställda medarbetare grundkunskaper i uppdraget att verka i allmänhetens tjänst. Löpande ges också utbildning i rutiner kring säkerhet. Nya medarbetare som ska höras i utbudet erbjuds också röstcoachning. Varje år genomförs aktiviteter med bäring på kvalitet och nyskapande i den journalistiska produktionen.

Under 2019 hölls en rad utbildningar inför valet till Europaparlamentet. Bland annat fick programledare öva direktsända intervjuer utifrån programreglerna tillsammans med en skådespelare och en av Sveriges Radios jurister. Det hölls också föreläsningar om hur EU påverkar beslut i kommuner och regioner, vilket kompletterades med att arbetsledare fick avsatt tid för idéarbete.

Under året fortsatte även utbildningssatsningar riktade mot lokala P4-kanaler där fokus under året var programledarcoachning och insatser för att vässa agendamaterialet och förbättra samarbetet.

Vidare fortsatte satsningar för att utveckla berättandet och dramaturgin, den konstruktiva journalistiken samt producentrollen. För att löpande och långsiktigt kunna säkra kompetens och kunskaper på redaktioner och kanaler om frågor kring funktionsvariationer arrangeras varje år seminarier och utbildningar för medarbetare.

Fler utbildningssatsningar under 2019:

- satsning för förbättrad spegling i innehållet.
- en chefsaspirantutbildning där kommande redaktionella chefer identifierades och utvecklades (Flera deltagare har redan rekryterats till chefsjobb inom Sveriges Radio.)
- satsning på återkoppling där både arbetsledare och ljudtekniker utbildades tillsammans för att kunna ge en helhetsåterkoppling kring ljud och innehåll

#### 4.1.6 Språkvård

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 6)

Språket i Sveriges Radio ska enligt språkpolycyn vara *begripligt, levande och språkriktigt*. Under 2017 lades även ledordet *inkluderande* till. Riktlinjerna gäller för alla de språk SR sänder på. Språkvård 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. Hjälp, som kan gälla uttal, ordval, formuleringar, skrivregler och annat, ges direkt via telefon, chatt eller e-post och mera långsiktigt vid utbildningar. Språkvården medverkar på SR:s och SVT:s introduktions-, vikarie- och praktikantkurser liksom i SR:s praktikantkurs i radiopresentation. Under 2019 anordnade Språkvården en mediespråkskonferens i Stockholm för de nordiska public service-företagen NRK, DR och Yle (svenska).

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

Sveriges Radio delar varje år ut språkpris till tre medarbetare som har främjat det talade språkets utveckling. Priserna delas ut i kategorierna lokala program på svenska, riksprogram på svenska och program på andra språk än svenska. 2019 tilldelades priset Sara Johansson, programledare och reporter på P4 Värmland, Henrik Torehammar, *Det politiska spelet* (podd och P1) och David Russell på *Ekot Radio Swedens* engelska redaktion.

#### 4.1.7 Granskningar av Sveriges Radios program

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

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

Det totala antalet anmälningar 2019 var 652 (jämfört med 599 år 2018). Totalt antal ärenden 2019 var 424 (432 år 2018). Ofta anmäls ett och samma program av flera personer ungefär samtidigt efter till exempel ett upprop i sociala medier.

De radioprogram som fick flest anmälningar 2019 var *Fråga vad du vill i P3* som anmäldes 97 gånger för en intervju med en tidigare dömd hustrumisshandlare (utan åtgärd), ett inslag i *Ekot* om ett förslag från regeringen om genomförandet av ett vapendirektiv som anmäldes 36 gånger (pågående) samt ett inslag med rubriken ”Creepy eller eldsjäl” i *Morgonpasset i P3* som anmäldes 7 gånger (pågående).

Sveriges Radio fick under 2019 yttra sig i 39 ärenden, fyra fler än under 2018. Programbolaget fälldes vid fyra tillfällen, två färre fällningar än året innan. Fällningarna 2019 gällde saklighet (1), opartiskhet och respekt för enskilds privatliv (1), respekt för enskilds privatliv (1) och otillbörligt kommersiellt gynnande (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 Sveriges Radio fälls för någon gång per år.

De fyra fällningarna bör ses i relation till att Sveriges Radio sände ca 134 000 timmar marksänd radio under 2019. SR har lyckats hålla dessa siffror låga genom att ta det demokratiska uppdraget på allvar, vara noga med faktakontroller och sträva efter att i alla lägen vara opartiska.

En fällning ska, när Granskningsnämnden i sitt beslut förelägger Sveriges Radio detta, meddelas i radion genom en så kallad pliktsändning. När det gäller otillbörligt gynnande kan nämnden dessutom ansöka hos Förvaltningsrätten i Stockholm om särskild avgift. Granskningsnämnden har i samband med sitt beslut meddelat att man avser att ansöka hos förvaltningsdomstol om särskild avgift för ovan nämnda fällning avseende otillbörligt gynnande.

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

Efter en fällning i Granskningsnämnden har vd och programdirektören ett möte med berörda där beslutet och dess konsekvenser analyseras. De slutsatser som dras och som berör andra delar av Sveriges Radio presenteras i interntidningen, 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 Programnhetens chefsforum. 2019 har seminarierna till stor del fokuserat på sändningstillståndsfrågor relaterade till respekt för privatlivet samt på etiska frågor i förhållande till bildpubliceringar. För Sveriges Radio är det självklart att tillämpa de publicistiska reglerna även på plattformar som inte omfattas av sändningstillståndet.

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

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

Sedan den 1 januari 2020 har Sveriges Radio tillsammans med Sveriges Television, Utbildningsradion, TV4, TU – Medier i Sverige, Sveriges Tidskrifter, Publicistklubben och Journalistförbundet bildat Medieombudsmannen och Mediernas Etiknämnd. Det är ett medieetiskt system som kan pröva om en utpekad person har orsakats en oförsvarlig publicitetsskada. Inom ramen för det här systemet kommer, till skillnad från i Granskningsnämnden, även Sveriges Radios digitala publiceringar att kunna anmälas och prövas.

#### **4.1.8 Publicistiska priser**

Publikens uppskattning och engagemang är de främsta tecknen på framgångsrik publicistisk verksamhet. Men medarbetarna sporras också av de positiva exempel på god journalistik som belönas med svenska och internationella priser. De av Sveriges Radios program och medarbetare som belönats under 2019 redovisas i bilaga 5.

## 4.2 Utvecklingsarbete

### 4.2.1 Publicistisk utveckling

Sveriges Radios publicistiska utvecklingsarbete har som utgångspunkt de strategiska målen för tillståndspan 2014–2019. Under perioden har särskilt fokus lagts på tolv områden, som sammanfattas nedan.

#### 1. Göra journalistik och program ihop med publiken

Sveriges Radio ska möta publiken där den befinner sig: med utsändningar och evenemang, i arbetet med publiknätverk, genom att göra innehållet tillgängligt på olika plattformar och genom en stark närvaro i sociala medier där lyssnare uppmuntras att vara delaktiga 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 behöver arbeta för att göra det lättare för lyssnare att ta del av utbudet. Det är också viktigt att företaget fortsatt uppfattas som en trovärdig guide vilket kräver att form, tilltal, ämnesval, perspektiv, profilering och paketering utvecklas kontinuerligt.

#### 4. Ett nytt P4

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

#### 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 genomför SR 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 medel för att nå lyssnare. Arbetet med att utveckla ton, tilltal och dramaturgi beskrivs i avsnitt 7.2.4

## 7. Utveckla Sveriges Radios roll för publikens musikupplevelse

Musiken utgör närmare 60 procent av Sveriges Radios utbud. Hur företaget utformar sitt musikutbud och möter lyssnares behov är av avgörande betydelse, vilket tas upp i avsnitt 7.3.6 och 7.3.7. Under denna punkt ryms avtals- och rättighetsfrågor på analoga och digitala plattformar, frågor som i mycket hög grad påverkar möjligheterna att kunna nå publiken där den är.

## 8. Bättre möta den mobila publikens behov

De smarta mobiltelefonerna är i dag bas för en stor del av den samlade mediekonsumtionen, i synnerhet bland unga. Förmågan att anpassa utbud och service för lyssning i mobiltelefon är avgörande för möjligheten att behålla ett högt dagligt användande och engagemang. Därför ska användandet av Sveriges Radios innehåll på mobila plattformar öka. Genom innovationsarbete testas nya sätt att nå lyssnare mer effektivt via mobila plattformar, se avsnitt 4.2.3 och 5.2.

## 9. Plan för kanaler och utbud

Den marksända digitalradion sköts på framtiden under tillståndsperioden. Det föranledde Sveriges Radio att arbeta med att optimera FM-kanalerna och se över hur det linjära utbudet och erbjudanden on demand samspelar.

## 10. Sända när det händer

Att sända snabbt vid viktiga och intressanta händelser och sätta in det som sker i ett sammanhang via kvalificerade frågor och analys är nödvändigt för ett bibehållet förtroende från lyssnarna. Därför behöver Sveriges Radios utveckla tekniska och redaktionella förutsättningar för detta arbete.

## 11. Nå den unga publiken

Sveriges Radio har svårt att nå tonårspubliken som i minskande utsträckning lyssnar på linjär radio och i allt högre grad tar del av ljud via digitala plattformar. Därför är företagets ambition att underlätta för målgruppen att nå utbudet för unga, se avsnitt 6.2 och 7.4.2.

## 12. Bättre spegla Stockholm

Huvudstaden förändras i snabb takt med en hög befolkningstillväxt och en allt mer komplex sammansättning demografiskt. Därför behöver P4 Stockholm med redaktion i Södertälje 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 2019, p. 8)

Det tekniska utvecklingsarbetet på Sveriges Radio ska stötta programproduktionen med innovativa lösningar som effektiviserar och förenklar det redaktionella arbetet, samt tillgängliggör innehållet på de plattformar publiken väljer.

Under 2019 har Sveriges Radios teknikorganisation fortsatt anpassats för att komma närmare den redaktionella användaren och den digitala publiken. Ansvar för utvecklingen av redaktionella verktyg och publika produkter och tjänster ligger inom programenheten, och under 2018 och 2019 har antalet utvecklare fördubblats för att öka den interna utvecklingsförmågan och samtidigt minska beroendet av externa parter.

Arbetet kring infrastrukturen för att utveckla och effektivisera de plattformar som krävs för ett snabbare utvecklingsarbete och en redundant distribution både i FM och digitalt har också fortsatt under 2019. Detta organiseras och drivs inom teknikenheten.

Under 2019 intensifierades arbetet med att öka Sveriges Radios tekniska rörlighet för att möta publikens föränderliga beteenden. Inom företaget finns nu ett 30-tal agila och tvärfunktionella team som arbetar med allt ifrån appen *SR Play* till den tekniska infrastrukturen. De agila metoderna underlättar för teamen att vara innovativa, utveckla i små steg och att snabbt kunna styra om i sina planeringar.

Ett fokusområde för den tekniska utvecklingen är att Sveriges Radio hela tiden ska kunna öka närvaron redaktionellt där publiken är – sända där det händer när det händer. Medarbetarna ska kunna arbeta mobilt, rapportera direkt och genomföra hela sändningar utanför radiohuset utan stora resurskrävande insatser. Inom detta område tar den interna produkt- och tjänsteutvecklingen ständigt fram nya lösningar samt förbättringar av de befintliga.

Den digitala distributionen är ett annat fokusområde som produkt- och tjänsteutvecklingen haft under 2019. Ett omfattande utvecklingsarbete har genomförts för att anpassa *SR Play* utifrån publikens behov och publicistiska satsningar.

## 4.2.3 Innovationsteam

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

Under 2019 har ett innovationsteam riktat in sin verksamhet på området ”röststyrning”. Det finns ännu många trösklar för användare att nyttja sådana tjänster, men Sveriges Radios bedömning är att utvecklingen inom detta område på ett grundläggande plan kan förändra sätten interaktionen sker mellan människor och maskiner – inte minst sådana som levererar ljud.

Sveriges Radio har som ambition att vara i framkant när det gäller distribution av innehåll via den röststyrda och skärmlösa tekniken. Ett exempel är *Julkalendern* som 2019, liksom föregående år, kompletterades med en röststyrd och interaktiv del för den unga publiken.



I januari 2019 inleddes ett projekt som syftade till att forma Sveriges Radios identitet i en röststyrd högtalare. När användaren interagerar med en röststyrd högtalare välkomnas personen av en röst som leder användaren vidare till lyssning.

En grundpelare för innovationsteamet är samarbeten med unga användare som kan tänkas vara tidiga med att till sig ny teknik. Vid ett så kallat Kreativt labb bjöds ett 20-tal innovatörer och entreprenörer 18–25 år från hela landet in, för att under fem dagar genomföra en ”designsprint” med ansatsen ”att med röststyrning skapa mervärde för SR”. En ”designsprint” är en metod att på kort tid hitta lösningar på ett specifikt problem eller tillgodose ett tydligt behov hos användaren. Sveriges Radio bidrog med att lära ut metodik och innovationsprocess genom en design thinking-metodik. Innovatörerna och entreprenörerna bidrog med värdefulla tankar om public service i framtiden.

Ett koncept som presenterades av ungdomarna var en dialogbaserad tjänst som syftar till att lindra ensamhet hos unga. Innovationsteamet valde att fånga upp konceptet och arbetade under hösten med att vidareutveckla idén.

#### 4.2.4 Sociala medier

Den dagliga användningen av sociala medier i Sverige fortsätter. 2010 använde 28 procent av befolkningen sociala medier en genomsnittlig dag, 2019 var siffran 65 procent.<sup>16</sup> För Sveriges Radio är sociala medier i första hand ett effektivt journalistiskt verktyg, inte en distributionsplattform. I den utbudsstrategi som Sveriges Radio antog 2017 slås det fast att ”på sociala plattformar skapar vi publikrelationer och innehåll, vi för en dialog med publiken samt profilerar oss.”

Ett tydligt exempel på detta är *P3 Nyheter*, ett av Sveriges största nyhetskonton på Instagram där redaktionen dagligen diskuterar med den annars svårnådda unga publiken. Andra exempel utgörs av Sveriges Radios olika publiknätverk där lyssnare bidrar med kunskap och nya idéer. I den P2-knutna Facebook-gruppen ”Vi som älskar opera” diskuteras opera av lyssnare och redaktörer, och kanalen har också fler sidor och grupper med dialog om klassisk musik och musikupplevelser. *Radio Sweden Farsi/Dari* samlar och möter den svenska farsi/dari-talande publiken på sina sociala medier-konton, en grupp som annars är svår att nå. I sociala medier fångas tankar, funderingar och perspektiv upp och omsätts i radiojournalistik.

Publikens interagerande med Sveriges Radio i sociala medier ökar för varje år. I början av 2019 gav företaget ut fjärde versionen av *Handbok i sociala medier*, även för publik användning. Denna upplaga är den sista som kommer ges ut i tryckt form, men handboken lever vidare i digital form och uppdateras löpande. Boken finns fritt på [srsocialamedier.se](http://srsocialamedier.se), och via EBU finns en version på engelska som används av andra EBU-anslutna företag runt om i Europa.

Sveriges Radio finns på många plattformar för sociala medier. Förutom Facebook, Instagram och Twitter används också Snapchat, Discord och olika nätforum. Var olika redaktioner väljer att vara styrs utifrån publikens beteende och innehållsliga efterfrågan, som exempelvis P3 Spel, som via Twitch och Discord når sin målgrupp vilken inte lyssnar på analog radio i nämnvärd utsträckning.

2019 fortsatte arbetet med att optimera Sveriges Radios verksamhet i sociala medier. I beställningarna har nya riktlinjer för arbetet satts upp: fokus på publikens engagemang, ”interaktioner”, tydligare syften, former för närvaro, publikmedskapande, organisation och arbetsmetoder. I riktlinjerna finns strategiska mål för arbetet vilka följs upp och utvärderas. Under 2019 har utvärderingen av närvaron på olika plattformar fördjupats med en målsättning att bättre möta publikens behov. Framför allt har det inneburit att innehållet koncentrerats till ett minskat antal konton.

---

<sup>16</sup> Svenskarna och internet 2019. En årlig studie av svenska folkets medievanor.

#### 4.2.5 Digitalradio

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

Kommersiell radio i Sverige har fått tillstånd att starta sändningar i 25 kanaler – 21 nationella samt 4 lokala och regionala. Under fler år har både Nent Group och Bauer Media begärt uppskov. Under 2019 startade Nent Group sändningar med begränsad geografisk täckningsgrad, som i början av 2020 beräknas uppgå till drygt 40 procent. Bauer Media har fått uppskov med att starta digitala sändningar fram till juli 2020.

Även om kommersiell radio har inlett sändningar är det oklart i vilken omfattning som digitalradio, tekniken DAB+, kommer att användas av publiken för att få tillgång till ett svenskt radioutbud. Erfarenhet från andra länder ger vid handen att hela radiobranschen måste gemensamt satsa på den nya tekniken om den ska få genomslag hos publiken. Ett EU-beslut om att alla nya bilar ska utrustas med digitalradio från och med slutet av 2020 får betydelse.

Sveriges Radio har fått ett nytt sändningstillstånd för digitalradiosändningar som sträcker sig från 1 januari 2020 till den 31 december 2025. Sveriges Radio har omfattande sändningar på finska och meänkieli i delar av landet samt utbud för barn. Det utbudet finns också tillgängligt på internet där det från och med 1 januari 2020 delvis får tillgodoräknas. Digitalradiosändningarna fortsätter i samma omfattning tills vidare, men det är i längden inte försvarbart.

Det är olyckligt att beslut inte fattats om Sveriges Radio ska ingå i en digitalradioutbyggnad eller ej, och hur det ska finansieras. Det innebär att det saknas rimliga förutsättningar för Sveriges Radio att utveckla digitalradio och därmed också för hela radiobranschen.

#### 4.2.6 Nya tjänster

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

Enligt anslagsvillkoren behöver anmälan till förhandsprövning inte göras

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

Sveriges Radio har under 2019 inte inlett någon försöksverksamhet och inte lanserat några nya permanenta programtjänster eller andra tjänster av större betydelse inom ramen för kärnverksamheten eller den kompletterande verksamheten.

## 5 Här finns Sveriges Radio

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 1)

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

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2019, p. 8)

Möjligheterna att ta del av Sveriges Radios kanaler och program fortsätter att öka. Publiken kan använda olika plattformar för att nå innehållet och föra en dialog med andra lyssnare och programmakarna.

Ambitionen är att göra det så enkelt som möjligt att lyssna när, hur, var och på vad man vill och att innehållet digitalt ska vara lätt att söka, hitta, dela och lyssna på.

Sveriges Radio ser utbudet som en helhet med ljudet i fokus, såväl i marksänd radio som på digitala plattformar. Innehållet ska finnas tillgängligt för publiken där den är, och med hjälp av sociala medier görs lyssnarna mer delaktiga. Se bilaga 3, Sveriges Radios kanaler och distributionsplattformar.

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
FM	115 506	118 346	116 168	116 452	113 929	108 622
DAB	37 162	37 153	37 257	37 152	37 154	25 543
Internetexklusiva sändningar	14 780	14 780	18 804	22 700	22 700	21 020
<b>Totalt</b>	<b>167 448</b>	<b>170 279</b>	<b>172 229</b>	<b>176 304</b>	<b>173 783</b>	<b>155 185</b>

Minskningen av sändningstid i FM beror helt på nedläggningen av P5 Sthlm i slutet av 2018.

Den uppvägs delvis av ökat antal timmar i lokala P4-kanaler. Kvällsbemanningen har medfört ökad sändningstid, likaså det nya morgonprogrammet i Södertälje och de tillfälliga P4-sändningarna från Helsingborg.

P4-kanalerna har också sänt enligt ordinarie tablå då inga större sportevenemang under 2019 krävt extra sändningsutrymme. Det innebär att nettominskningen i FM är cirka 5 300 timmar jämfört med 2018.

Vid halvårsskiftet 2019 lades tre DAB-kanaler<sup>17</sup> ner vilket medfört en minskning med cirka 11 600 timmar.

Den marksända tiden har således minskat med totalt 16 900 timmar jämfört med 2018.

<sup>17</sup> P3 Star, P2 Världen och P2 Klassiskt

## 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. Konsumtionen av linjär radio är också stabil jämfört med andra traditionella medieformer som marksänd tv och tryckta medier. Ett uttryck för detta är att den kommersiella radion 2018 tilldelades tre nationella och 35 regionala/lokala sändningstillstånd. Det öppnade för satsningar som har resulterat i en tydlig tillväxt i antalet lyssnare för kommersiell radio under 2019. Dessutom har kommersiell radio tilldelats koncessioner att sända i 21 nationella samt 4 lokala och regionala kanaler i digitalt marknät med tekniken DAB+. Efter att ha avvaktat i fler år har nu ett av radiobolagen, NENT Group, inlett sändningar i delar av landet (se 4.2.5 Digitalradio).

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

Dessutom har Sveriges Radio tillstånd för tre lokala ljudradioprogram i FM och har 2019 inlett lokala sändningar i Södertälje samt fortsatt sända P6 i Stockholm och P3 Din Gata i Malmö. Sveriges Radio sänder även i DAB över vissa områden, se bilaga 3.

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

**Tabell 7. Marksänd tid fördelad på plattform och sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Förstasändning</b>						
FM	105 199	106 845	104 813	105 097	102 540	97 306
DAB	30 288	30 142	30 104	30 014	30 051	19 553
<b>Summa förstasändning</b>	<b>135 487</b>	<b>136 987</b>	<b>134 917</b>	<b>135 111</b>	<b>132 591</b>	<b>116 859</b>
<b>Parallelsändning</b>						
FM	5 690	5 751	6 074	6 072	6 153	6 143
DAB	5 832	5 742	5 176	5 159	5 131	3 791
<b>Summa parallelsändning</b>	<b>11 522</b>	<b>11 494</b>	<b>11 251</b>	<b>11 231</b>	<b>11 284</b>	<b>9 934</b>
<b>Repris</b>						
FM	4 618	5 750	5 280	5 283	5 236	5 173
DAB	1 042	1 269	1 977	1 978	1 972	2 199
<b>Summa repris</b>	<b>5 660</b>	<b>7 019</b>	<b>7 257</b>	<b>7 262</b>	<b>7 208</b>	<b>7 372</b>
<b>Summa FM</b>	<b>115 506</b>	<b>118 346</b>	<b>116 168</b>	<b>116 453</b>	<b>113 929</b>	<b>108 622</b>
<b>Summa DAB</b>	<b>37 162</b>	<b>37 153</b>	<b>37 257</b>	<b>37 152</b>	<b>37 154</b>	<b>25 543</b>
<b>Totalt</b>	<b>152 668</b>	<b>155 499</b>	<b>153 425</b>	<b>153 604</b>	<b>151 083</b>	<b>134 165</b>

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Lokalt</b>						
Förstasändning	109 962	111 834	110 418	110 569	108 021	92 311
Parallelsändning	7 814	7 724	7 416	7 410	7 420	6 080
Repris	2 587	2 514	2 720	2 871	2 836	3 047
<b>Summa lokalt</b>	<b>120 362</b>	<b>122 072</b>	<b>120 554</b>	<b>120 850</b>	<b>118 277</b>	<b>101 438</b>
<b>Regionalt</b>						
Förstasändning	1 273	1 103	305	303	305	305
Parallelsändning	167	140	0	0	0	0
Repris	0	0	0	0	0	0
<b>Summa regionalt</b>	<b>1 440</b>	<b>1 243</b>	<b>305</b>	<b>303</b>	<b>305</b>	<b>305</b>
<b>Riks</b>						
Förstasändning	24 253	24 050	24 195	24 239	24 265	24 243
Parallelsändning	3 540	3 629	3 835	3 821	3 864	3 854
Repris	3 073	4 505	4 537	4 391	4 373	4 325
<b>Summa riks</b>	<b>30 866</b>	<b>32 184</b>	<b>32 566</b>	<b>32 451</b>	<b>32 502</b>	<b>32 422</b>
<b>Totalt</b>	<b>152 668</b>	<b>155 499</b>	<b>153 425</b>	<b>153 604</b>	<b>151 083</b>	<b>134 165</b>

Hela minskningen av den marksända tiden ligger lokalt eftersom DAB-sändningar inte täcker hela landet. Minskningen avser alltså nedläggningen av tre DAB-kanaler vid halvårsskiftet samt P5 Sthlm i slutet av 2018.

## 5.2 Andra plattformar

### Ljudet i fokus

Sveriges Radios strategi för publiceringar på digitala plattformar är att ha ljudet i fokus. Som ett led i detta har tyngdpunkten digitalt förflyttats från *sverigesradio.se* till att nu ligga på appen *Sveriges Radio Play*. Med projektet "Nytt digitalt nyhetsuttryck" erbjuds lyssnaren ljudklipp i form av nyhetsspellistor och fristående publiceringar av ljudklipp. Förutom vid till exempel "VMA – Viktigt meddelande till allmänheten" och akuta nyhetslägen (där ljud ännu inte hunnit produceras) innehåller i stort sett alla publiceringar ljud.

### Digitala nyhetsuttryck

Förändringen av hur Sveriges Radios nyhetsförmedling möter lyssnaren digitalt har fortsatt under 2019. Målet är en "Play-logik" med fokus på lyssning oavsett plattform. Nyhetsinslag görs som självständiga ljud för att användaren direkt ska kunna lyssna på inslaget och kunna förstå vad det handlar om utan att vara beroende av text eller bild. Målet är att nyhetsinslag från hela Sveriges Radio ska kunna presenteras och lyssnas på i en spellista på alla digitala plattformar, inklusive smarta högtalare. I appen *Sveriges Radio Play* syns det som nyhetsspellistan *Toppnyheter*. På *sverigesradio.se* märks det genom ett tydligare fokus på ljud och lyssning med mindre andel text i publiceringarna, och arbetssätt utvecklats i syfte att ge användaren mer kortfattade och effektiva presentationer av inslagens innehåll. Merparten av utvecklingskraften under 2019 har lagts på denna förflyttning som har involverat alla lokala kanaler och nyhetsredaktioner i hela Sveriges Radio.

## sverigesradio.se

På Sveriges Radios webbplats *sverigesradio.se* finns hela utbudet av kanaler och program tillgängligt för lyssning on demand. Förstasidan samt sidorna för P1, P2 och P3 rymmer nyheter, aktualiteter, röster och reportage från olika ämnesområden. I de lokala P4-flödena presenteras ett urval av lokala nyheter och program. Sveriges Radios strategi för publiceringar på digitala plattformar är att sätta ljudet i fokus och att så många publiceringar som möjligt innehåller ljud.

## Sveriges Radio Play och övriga appar

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

Den mest använda appen är *Sveriges Radio Play* där lyssnaren kan ta del av alla kanaler för direktlyssning, de senaste nyheterna och lyssning on demand. Apparna *Radioapan – banankalas!* och *Radioapans kojträd* vänder sig till mindre barn med sagor, sånger och spel.

Som komplement till extrainsatta direktsändningar har Sveriges Radio under 2019 börjat skicka ut pushnotiser som ska stimulera till lyssning på utvalda nyhetsklipp. Ett nytt utseende för toppnyheter i *Sveriges Radio Play* har lanserats och en ny vy där användaren snabbt ska kunna få en överblick över nyhetsläget.

## 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 2019, 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 2019, p. 9)

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

Av regeringens proposition Bildning och tillgänglighet<sup>18</sup> framgår följande:

*Enligt programföretagens anslagsvillkor ska radio- och tv-avgiftsmedlen användas för företagets kärnverksamhet, vilken definieras som att producera och sända radio- och tv-program till allmänheten. Det framgår också att det för att nå lyssnarna och tittarna är nödvändigt att kärnverksamheten tillgängliggörs på olika plattformar och att utbudet ska utformas på ett sådant sätt att så många som*

<sup>18</sup> Bildning och tillgänglighet – radio och tv i allmänhetens tjänst 2014–2019, prop. 2012/13:164.

*möjligt kan tillgodogöra sig tjänsterna och programmen. /.../ Verksamhet på andra plattformar, bland annat internet, kan vara antingen kärnverksamhet, kompletterande verksamhet eller sidoverksamhet. (s. 28).*

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

Enligt de förarbeten som ligger till grund för sändningstillstånd och anslagsvillkor är alltså uppdraget teknikneutralt i denna del. Utifrån dessa skrivningar och den nu gällande regleringen tolkar Sveriges Radio begreppen enligt följande: Sveriges Radios kärnverksamhet är journalistisk produktion av innehåll med ljudet i fokus (radioprogram) som på olika sätt distribueras till allmänheten, bland annat genom sändning men också på andra sätt.

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

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

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

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

**Text, bild och rörlig bild på webben** kompletterar och stödjer radioprogrammen. Sveriges Radio arbetar med att ha ljudet i fokus. Text och bild är en integrerad del av det journalistiska arbetet och produktionen av radioprogram. Syftet är 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 sammanfattning av ett sänt nyhetsinslag en metod att tillgängliggöra utbudet liksom att se en bild på personen i den sända intervjun. En anpassning till den digitala miljön är en förutsättning för att utbudet ska hittas, vara relevant och väljas av publiken på alla plattformar. Rent ljud som ingen vill ta del av för att det inte är attraktivt i kontexten fyller inget syfte.

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

**Konsertverksamhet i Berwaldhallen** skapar en närhet och en kontakt med publiken, vilket ökar intresset för att ta del av det inspelade eller direktsända musikaliska utbudet och stärker kvaliteten i verksamheten. Samtliga konserter spelas in och sänds i P2. Berwaldhallen med kör och orkester är Sveriges i särklass största kulturscen som ofta når nära 100 000 lyssnare, inklusive repris.

Sveriges Radio deltar även i ett utbyte inom EBU av inspelade konserter och evenemang. Merparten av konsertutbudet från Sveriges Radios egna ensembler erbjuds EBU:s medlemmar. Detta ger den svenska radiopubliken tillgång till ett omfattande och varierat samt även internationellt utbud av konserter.

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

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

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

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

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 *Sveriges Radio Play* samt genom dialog och medskapande i sociala medier. Det innebär att en redaktion på SR arbetar med ljudet i fokus oavsett plattform före, under och efter en produktion. Webb och sociala medier blir journalistiska verktyg i det dagliga arbetet i kontakten med medverkande och publik och utgör en del av dialogen och skapandet tillsammans med publiken.

Därför är det i princip omöjligt att ange hur resurserna för webb, mobil och sociala medier fördelar sig på kärnverksamhet respektive kompletterande verksamhet. Många medarbetare jobbar dagligen olika mycket med samtliga distributionsformer.

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. I *Handbok i sociala medier*, som finns tillgänglig för allmänheten digitalt, beskrivs hur Sveriges Radio arbetar med dessa frågor (se 4.2.4.)

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

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

I P2:s sändningar från Berwaldhallen uppstår ett mervärde i form av närvaro, nerv och applåder genom publikens närvaro. Publiken i Stockholm får också som bonus ytterligare en kulturscen.

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

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

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



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

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 används och presenteras på det sätt som förväntas på respektive plattform.

Denna public service-redovisning är den sista under innevarande sändningstillståndsperiod. Under kommande tillståndsperiod kommer Sveriges Radio att redovisa hur uppdraget uppfylls enligt det sändningstillstånd och de medelsvillkor som regeringen beslutade om den 5 december 2019.<sup>19</sup> Definitionen av Sveriges Radios kärnverksamhet tydliggörs i de kommande medelsvillkoren för att tydligare omfatta att producera och sända radioprogram till allmänheten såväl som att ”producera och tillhandahålla radioprogram till allmänheten på företagets egna plattformar som finns på fritt tillgängliga och öppna delar av internet”. Definitionen av kärnverksamheten ska i sin tur tolkas mot bakgrund av förarbetena, till exempel den text som finns på s. 26 i propositionen 2018/19:136:

*Programföretagen har olika distributionsföresättningar vilket kan leda till att begreppen kärnverksamhet och kompletterande verksamhet får olika betydelse i företagen beroende på hur programverksamheten distribueras. Vad som är tillhandahållanden på en egen eller en extern plattform behöver definieras utifrån dessa skilda föresättningar.*

Det kommer att bli väsentligt att skilja mellan sociala medier och distributionsplattformar för podcaster och annat ljud som kan konsumeras on demand. Publiken – inte minst unga lyssnare – väljer själv vilken ljudbaserad playtjänst de vill använda, och tjänster som Apples Podcasts, Spotify, Acast med flera kan ge tillgång till Sveriges Radios – såväl som andra ljudföretags – poddbud. På dessa ljudplattformar strömmas Sveriges Radios material från företagets egna öppna API och SR har därmed full kontroll över materialet. På sociala medier fungerar det annorlunda, även om Sveriges Radio har full redaktionell kontroll över publiceringar som görs där. Genom detta öppna system får publiken i dag tillgång till Sveriges Radios on demand-material på de plattformar de själva väljer. Sveriges Radio tolkar därmed begreppet kärnverksamhet i de nya medelsvillkoren på så sätt att det i företagets kärnverksamhet tydligare ingår bland annat följande:

- allt märksamt innehåll
- alla plattformar och tjänster som Sveriges Radio skapar på fritt tillgängliga och öppna delar av internet för att tillhandahålla företagets ljud till allmänheten
- allt ljud som tillhandahålls via Sveriges Radios öppna API.<sup>20</sup>

<sup>19</sup> <https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2019/12/regeringen-har-beslutat-om-public-services-nya-sandningstillstand/>

<sup>20</sup> Sveriges Radio tillhandahåller genom ett eget öppet API ljud i olika former som företaget har den redaktionella kontrollen över. Det är en del av kärnverksamheten som gör det möjligt för andra aktörer att erbjuda Sveriges Radios material på sina plattformar enligt de villkor Sveriges Radio ställer upp. Allt programinnehåll som via API kan tillgängliggöras på andra plattformar finns också på Sveriges Radios egna plattformar och playtjänster (<https://sverigesradio.se/oppetapi>).

## 6 Bredden i utbudet

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 6)

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

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2019, p. 8)

Sveriges Radios innehåll ska spegla en stor mångfald i samhället, och på samma gång ska ett brett anslag finnas i vissa delar av utbudet.

Det nuvarande sändningstillståndet ger granskningsnämnden möjligheten att bedöma om Sveriges Radio uppfyllt kraven genom att endast bedöma vad som gjorts i det marksända utbudet. Samtidigt säger anslagsvillkoren att Sveriges Radio ska tillgängliggöra innehållet på andra plattformar för att nå publiken där den är.

Sedan många år tillbaka arbetar Sveriges Radio utifrån olika strategier för att tillgängliggöra innehållet för fler. Särskilt när det handlar om grupper som kan vara svåra att nå, till exempel unga, språkliga minoriteter eller personer med funktionsnedsättningar, kan internetbaserade plattformar vara till hjälp.

I detta kapitel beskrivs hur Sveriges Radio arbetar för att nå ut så brett som möjligt. Först beskrivs de åtta programkategorier som används för att redovisa sändningstid (6.1), därefter beskrivs erbjudandet på internet (6.2) och slutligen beskrivs hur företaget använder sociala medier för att göra publiken delaktig (6.3).

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

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

#### 1 Nyheter

Nyheter omfattar alla nyhetssändningar i Sveriges Radio. Hit hör nyhetssändningar i *Ekot* och lokala kanaler, *Klartext* i P1, *P3 Nyheter* och *Nyheter i Barnradion* i P4 samt nyheter på olika minoritetsspråk. Undantagna är nyhetssändningar som i sin helhet är specialiserade kring ett ämne som ingår i andra kategorier som sport, kultur, musik och vetenskap. Verksamheten beskrivs i avsnitt 7.2.

#### 2 Samhälle

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

#### 3 Livsstil

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

## **4 Kultur**

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

## **5 Sport**

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

## **6 Underhållning**

Programkategorin Underhållning 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.

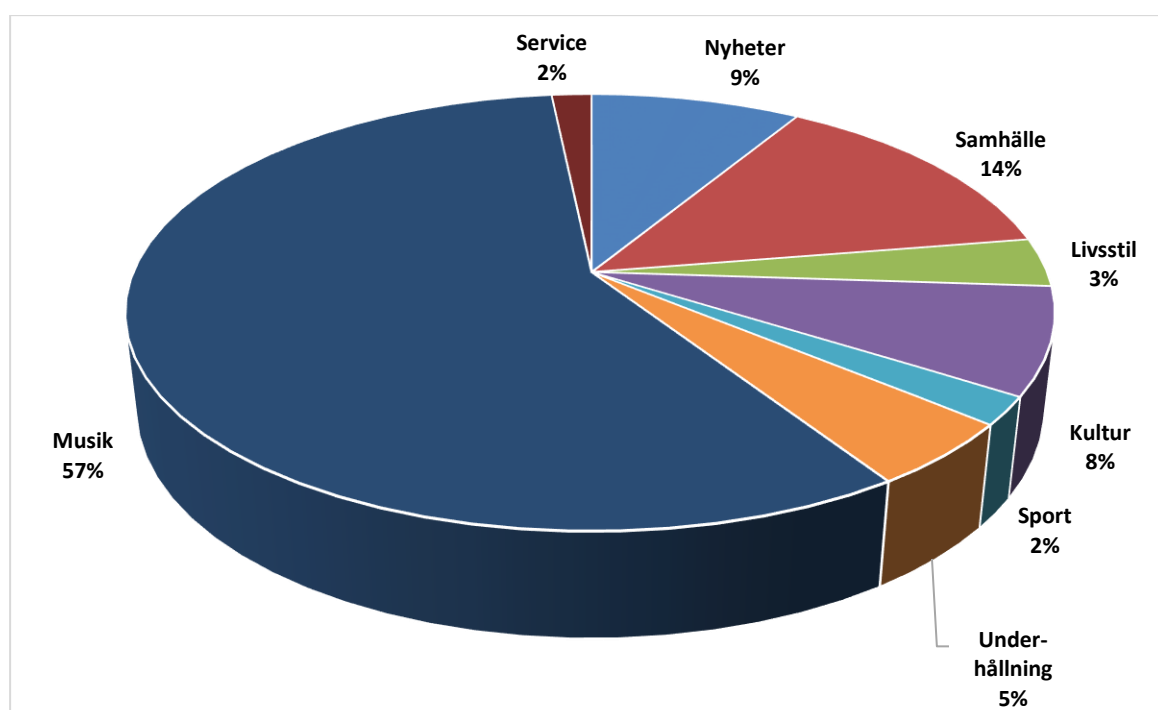
**Tabell 9. Marksänd tid fördelad på programkategori och sändningstyp**

	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Förstasändning	9 883	14 174	4 176	8 219	2 515	4 987	70 693	2 212	116 859
Parallelsändning	1 595	1 433	104	836	154	1 015	4 797	0	9 934
Repris	174	2 850	557	1 551	116	394	1 727	3	7 372
<b>Totalt 2019</b>	<b>11 652</b>	<b>18 458</b>	<b>4 836</b>	<b>10 606</b>	<b>2 785</b>	<b>6 397</b>	<b>77 216</b>	<b>2 215</b>	<b>134 165</b>
Totalt 2018	12 021	18 597	5 022	11 413	2 931	7 189	91 792	2 117	151 083
Förändring	-369	-139	-187	-808	-146	-793	-14 575	97	-16 918

Samtliga programkategorier utom Service minskar jämfört med 2018.

De nedlagda DAB-kanalerna sände huvudsakligen musik (90 procent) samt lite kultur, och P3 Star sände även lite underhållning. P5 Sthlms utbud var fördelat på alla programkategorier som minskar, utom sport.

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



## 6.2 Sveriges Radios utbud på internet

För Sveriges Radio sker lyssningen på *sverigesradio.se* och i apparna *Sveriges Radio Play*, *Radioapans kojträd*, *Radioapan – banankalas!* samt *Melodikrysset*. Lyssning sker även på externa plattformar<sup>21</sup>, såsom TuneIn, Apple Podcasts, Acast och Spotify. Fler lyssnar på poddar via *SR Play* än via *sverigesradio.se*. Den största externa plattformen är Apple Podcasts.

Sveriges Radio tillgängliggör utbudet för lyssning som poddar via de digitala plattformarna (såväl strömmad lyssning som nedladdning).

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

### Poddar

Sedan 2005 har Sveriges Radio gjort innehållet tillgängligt on demand som poddar. Genomslaget för poddlyssning och ett snabbt ökande utbud har gjort att lyssning på poddar etablerat sig brett. Under 2019 har i stort sett allt innehåll som utvecklats till poddar också fått sändningstider i FM. På så sätt har satsningen på poddar bidragit till förnyelse i form av nya programformat som också når publiken i FM. En satsning på format som når ut till en yngre målgrupp har bland annat resulterat i *P3 Låten* vars ambition är att förnya musikjournalistiken.

### Redaktionella samlingar

I appen *Sveriges Radio Play* och på *sverigesradio.se* ställer redaktörer samman samlingar av podd- och programavsnitt på aktuella teman – det kan innehålla både nyproducerat innehåll och tidigare sänt material som av någon anledning blivit aktuellt igen. En Play-desk har också byggts upp med syfte att förstärka arbetet med att serva lyssnaren med relevant material.

### Nyheter

*Ekot* och Sveriges Radios nyhetsproducerande redaktioner har under 2019 fortsatt arbetet med den gemensamma spellistan för nyhetsklipp som lanserades i början av 2018. Spellistan syns i appen *SR Play* under rubriken *Toppnyheter* och är ett urval av relevanta nyheter från företagets alla nyhetsredaktioner. Under hösten 2019 har cirka 110 000 unika lyssnare klickat igång drygt 1,3 miljoner nyhetsklipp per vecka.<sup>22</sup>

Utifrån strategin med ljudet i fokus har Sveriges Radio byggt ihop plattformarna så att ljuden från webbartiklar med ljud som är förståeliga utan en traditionell radiopåannons automatiskt dyker upp som spellistor i *Sveriges Radio Play*-appen. Ett omfattande arbete har gjorts under 2019 för att skapa en mer sammanhållen lyssningsupplevelse när respektive innehållsdelar kopplas ihop i en spellista.

Toppnyheter (de fem första ljuden) har också blivit Sveriges Radios viktigaste nyhetserbjudande på röststyrda enheter som Google Home där de kompletterar de vanliga nyhetssändningarna från exempelvis *Ekot*.

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

---

<sup>21</sup> Internetplattformar som inte är Sveriges Radios, där innehållet hämtas via SR:s öppna API. Under både tillståndsperioden 2014-2019 och 2020-2025 är Sveriges Radios närvaro på dessa externa plattformar att betrakta som en del av kärnverksamheten. För mer information se 5.3.

<sup>22</sup> Google Analytics.

*Ekots* liveteam genomförde cirka 410 extrasändningar vid större nyhetshändelser under 2019. Några av dessa sändningar hördes helt eller delvis i P1 och/eller P4. Liveteamet gör även fönster i P4 vid samtliga sändningar. Lokala kanaler kan med hjälp av liveteamet också med mycket kort varsel sända direkt över sitt område.

Instagram är en viktig plattform för publicering av nyheter, inte minst för P3 som även använder Snapchat för att nå den unga publiken. Med sina 118 000 följare (december 2019) på Instagram är *P3 Nyheter* det största svenska nyhetskontot på denna plattform. *P3 Nyheter*s Instagram-strategi med fokus på dialog och presentation är en hörnsten i det förändrade P3 som lanseras i FM och digitalt under våren 2020. *P3 Nyheter* har även en nyhetsbot i Messenger där publiken kan välja bland nyhetskategorier och dagligen få uppdateringar inom till exempel sport, vetenskap och politik. På ett pedagogiskt och interaktivt vis förklaras nyheter genom text, bild och ljud.

### **Barnradions digitala plattformar**

Barnradions digitala utbud på webb och i appar riktas till ålderskategorierna yngre barn mellan 0 och 8 år, äldre barn mellan 9 och 12 år samt deras föräldrar. Utbudet för yngre barn innehåller sagor, sånger, morgonshow, musikprogram och *Bebispodden*. För äldre barn samlas program från hela utbudet, nyheter, sport, fakta, humor, musik, drama och lovserier.

Barnradions FM-program har stödjande digitalt material på webben i form av exempelvis bilder, filmer på YouTube, digitala spel, tävlingar eller extramaterial som till exempel diskussionsfrågor. Detta material ska vara tillgängligt digitalt en lång tid.

När det gäller sagor för mindre barn har fortsatt fokus lagts på bilder kopplade till avsnitt. Detta är särskilt viktigt för yngre barn men också för barn med 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*.

Utifrån efterfrågan på program att kunna slappna av och somna till har serien *Sov gott med Radioapan* med sex helt nya godnattsånger tagits fram. För de allra minsta finns även *Bebispodden*, där särskilt fokus läggs på bilderna. Till varje avsnitt finns tips om rörelser och enkla lekar som föräldrar kan använda när de lyssnar tillsammans med sitt barn.

Kopplat till serien *Magiska skogen och minnesmaskinen* för yngre barn finns digitalt extramaterial i form av diskussionsfrågor till pedagoger med tema familj och känslor som passar att jobba med i en barngrupp på till exempel förskolor.

Barnradion erbjuder affischer digitalt till bibliotekarier, skolbibliotekarier och lärare. Man arbetar också tillsammans med redaktionerna för de nationella minoritetsspråken kring innehållet på de olika språkens barnsidor.

Under 2019 har innehållet i de Youtube-klipp som publiceras som en del av kropp- och knopp-programmet *1000 modiga frågor* vidareutvecklats utifrån analyser av vad publiken efterfrågar. *Juniornyheter*na satsar på att erbjuda dagliga nyheter via Instagram till målgruppen upp till 13 år samt nyhetsquiz riktade till lärare varje vecka.

Till *Julkalendern 2019: Biggest Bang* erbjuds en lärarhandledning med diskussionsfrågor till varje avsnitt. Som extramaterial på webben finns också ljudklipp, rymdvarelselexikon, tävlingar, pyssel och knasiga rymdfakta kopplade till handlingen. Julkalendern går även 2019 att lyssna på via smarta högtalare.

Barnradion arbetar också med att nå föräldrar, pedagoger och andra barnkulturintresserade vuxna via Facebook och Instagram.

## **Tonårspubliken**

Den unga publiken nås i dag via internet. Därför behöver Sveriges Radio i högre utsträckning använda plattformar som Instagram, Snapchat, YouTube, Tik Tok och Facebook. Det är 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. En del av *P3 Nyheter*s arbete äger till exempel rum på Instagram. *P3 Nyheter* publicerar nyheter direkt på plattformen där dialogen med publiken kring nyhetsvärdering, vinklingar och urval är lika viktig som själva nyheterna. Dialogen är en viktig del av nyhetsarbetet, och på samma gång ett viktigt sätt för *P3 Nyheter* att nå den unga publiken med nyheter. Detta stimulerar också till diskussioner om och ger en transparens kring nyhetsvärdering mellan publiken och redaktionen i kommentarsfältet.

*Musikguiden i P3* erbjuder musiknyheter till en ung publik i FM men även, i likhet med *P3 Nyheter*, på Instagram.

*P3 Spel* gör speljournalistik som riktar sig till tonåringar. Eftersom den unga, spelintresserade publiken helst är på digitala plattformar som Twitch, Discord, YouTube och Instagram har *P3 Spel* stark närvaro på dessa plattformar. Dessutom släpper *P3 Spel* en podd en gång i veckan. Varannan vecka handlar podden om spelnyheter och övriga avsnitt består av fördjupningar och dokumentära berättelser från spelvärlden. Eftersom innehållet ska riktas specifikt till spelintresserade och riskerar att bli för specialiserat för den linjära radiolyssnaren passar innehållet bättre som podd. Däremot gästar *P3 Spels* redaktion ofta P3:s linjära program för att berätta om nyheter i spelvärlden.

## **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.

2019 sände Sameradion tillsammans med SVT Sápmi direkt på webben under cirka 70 timmar från Same-tingets tre plenarmöten samt från flera domstolsförhandlingar kring tvister om rättigheter till bland annat renskötsel och jakt. Sameradion sände även direkt från olika evenemang som bokdagarna i Kiruna, ett språkseminarium i Luleå, Saminuorras årsmöte i Tännäs och en författarträff i Jokkmokk.

## **Utbud riktat till nyanlända**

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

## **P4 Plus**

P4 Plus<sup>23</sup> riktar sig till målgruppen 55 år och äldre med musik från 30-talet fram till 80-talet, och är ett populärt komplement till FM-kanalen P4. Ungefär 80 procent av den musik som spelas i P4 Plus hörs inte i någon annan av Sveriges Radios kanaler. Ibland hörs P4 Plus även i P4 FM, när utrymme finns i tablån. Sedan mitten av 2019 hörs kanalen vid vissa tider på FM-frekvensen 89,6 över Stockholms län.

---

<sup>23</sup> P4 Plus sänds i en av Sveriges Radios webbkanaler. SR har erbjudit webb-kanaler sedan början av seklet. Innehållet i dessa kanaler har under åren ändrats utifrån publikens intresse och efterfrågan.

## Poddar om musik

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

## Trafikredaktionen

Trafikredaktionen har under året utvecklat sina digitala publiceringar. I samarbete med de lokala kanalerna och med *Ekot* publiceras större trafikhändelser och allvarligare störningar både som push till ljudklipp och som just nu-puffar på Sveriges Radios förstasida på webben.

## 6.3 Sveriges Radio och sociala medier

Sveriges Radio arbetar kontinuerligt för att publiken i sociala medier framför allt ska vara 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 relevant journalistik och stärka relationen med publiken.

Ett exempel från lokala kanaler 2019 är *P4 Skaraborg* som under rubriken *#frukostresan* under våren lagade och åt frukost med personer från olika delar av världen vilka bodde i Skaraborg. Det gav tillfälle till samtal i sändning om de kulturella likheterna och olikheterna mellan folk från olika delar av världen. Projektet ledde till direktsändningar och till sju ”resor” som samlade samtalen digitalt.

*Så funkar det i P1* startade en Facebookgrupp för att samla publiken kring programmets grundidé: ”Ställ en fråga om precis vad som helst så gör vi så gott vi kan för att hitta svaret”. Gruppen nådde snabbt nära tiotusen medlemmar som dagligen både ställer och besvarar frågor, som sedan används i programmet.

I Ekoredaktionens projekt ”Prylarnas pris” sändes en serie i sju delar som granskade hur det växande prylberget påverkar klimatet och miljön. Projektet omfattade flera journalister, korrespondenter samt video- och webbreportrar. Publiceringar skedde i *Ekots* linjära kanaler, och via sociala medier kom tips och förslag. Redaktionen fick på detta sätt in en stor mängd med tips vilket genererade ytterligare radioinslag, artiklar och videor i sociala medier.

Exempelvis *P4 Halland* använder sociala medier för att hitta uppföljande uppslag och ideer kring sin journalistik men också för att öka mångfalden av röster som hörs i sändningarna. Via sociala medier nås människor som i begränsad utsträckning lyssnar på FM-radio.



## 7 Särskilda uppdrag och målgrupper

Det här kapitlet utgör public service-redovisningens huvuddel och svarar mot en rad villkor i sändningstillståndet. Det mesta som beskrivs är marksänt, men eftersom allt fler (exempelvis unga och nyanlända) tar till sig Sveriges Radios innehåll via digitala plattformar, så redovisas också en del av detta utbud här.

Sveriges Radio är och ska vara en öppen arena där det ryms en mångfald av röster och perspektiv och där innehållet ska genomsyras av folkbildningstanken och att skapa större förståelse. Sveriges Radio har ett betydande ansvar som kulturskapare och för ständigt en dialog med lyssnare både i sändningar och via konserter, utsändningar och i olika typer av evenemang.

Att hela landet hörs i sändningar är prioriterat. Genom att ha fler tillfälliga redaktioner utanför radiohusen möter Sveriges Radio fler lyssnare och får in fler röster i utbudet. Då speglas också hela landet bättre. Detta är en förutsättning för att SR ska kunna behålla ett högt förtroende hos allmänheten, och kunna fortsätta spegla frågeställningar från det lokala, nationella och globala samhället. Under 2019 har Sveriges Radio haft särskilt fokus på att lyfta fram originaljournalistik från lokala kanaler även i rikssändningar.

I takt med att digitaliseringen fortsätter och allt fler väljer att lyssna på andra sätt än via direktsänd traditionell radio påverkas också Sveriges Radios sätt att arbeta. Kanalerna har tydliga strategier för att nå publiken som hellre väljer att lyssna digitalt. Dessutom är den direktsända kanalen P3 inne i ett stort utvecklingsarbete där innehållet 2020 kommer att förändras för att bättre anpassas till den unga publikens mediebeteenden och behov.

I detta kapitel (i rutor som den nedan) redovisas ett antal indikatorer från Attitydundersökningen 2019 om hur allmänheten uppfattar Sveriges Radios utbud. Indikatorerna används främst för intern uppföljning och återkoppling för att utveckla utbudet.<sup>24</sup>

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

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

---

<sup>24</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2019. Siffrorna inom parentes avser 2018.

## 7.1 Jämställdhet, mångfald och spegling

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

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 6)

Sveriges Radio arbetar metodiskt med att spegla och granska hela landet. Speglingssuppdraget har blivit än viktigare i takt med att lokala medier försvagats till följd av en förändrad konkurrenssituation, och många orter i Sverige i dag står utan regelbunden journalistisk närvaro. När samhällen möter politiska, socioekonomiska och demografiska utmaningar som riskerar att skapa spänningar mellan människor ökar behovet av en saklig rapportering.

Utvecklingen och dess konsekvenser tas på stort allvar inom Sveriges Radio. Alla människor i vårt land ska kunna känna igen sig i utbudet, höra att deras frågor på allvar finns med i programmen och att Sveriges Radio erbjuder möjlighet till delaktighet och medskapande. Hela företaget har under 2019 på olika sätt utvecklat radiomediets roll för att med ljudet i fokus kunna erbjuda granskningar och ge en allsidig bild av Sverige geografiskt, belysa mångfald, olikheter i levnadsvillkor, åsikter och kulturer. Det sker med hjälp av tekniska innovationer, kompetensbaserad rekrytering och kompetensutveckling. Prioriteringar och satsningar görs inom det redaktionella arbetet med mätbara mål, hållbara arbetsmetoder och tydliga rutiner.

### 7.1.1 Om definitioner, policy, mätbara mål och metoder

Att spegla och granska hela Sverige är ett stort och brett uppdrag med många olika dimensioner och nyanser. Resultatet i utbudet varierar beroende på kanalernas och redaktionernas specifika program- och bevakningsuppdrag och var i landet respektive redaktion befinner sig. Att ett stort antal röster med olika bakgrunder, förutsättningar och perspektiv kommer till tals och hörs i utbudet är gemensamt i speglingen för alla redaktioner och kanaler oavsett uppdrag.

Som bas för arbetet finns Sveriges Radios policy med riktlinjer för likabehandling, rekrytering och utbud. I utbudet ska det överlag finnas en jämn fördelning vad gäller kön. Människor i olika ålder, med olika sexuella identiteter, med utländsk bakgrund, med funktionsvariationer, med olika trosuppfattningar och med olika socioekonomisk bakgrund ska höras, känna igen sig och vara delaktiga i programmen på alla olika publiceringsplattformar.

Särskilda analysgrupper har tagit fram långsiktiga strategier och utvecklingsmål för alla kanaler i FM, språkredaktionerna och Sveriges Radios olika digitala publiceringsplattformar. Speglingssuppdraget har varit styrande för analysarbetet.

För att kunna följa upp hur företaget i stort och de enskilda redaktionerna i sin vardag lyckas leva upp till speglingssuppdraget sätter alla mätbara mål utifrån en analys av sitt uppdrag vilka sedan används i återkopplings- och vidareutvecklingsarbetet. Till exempel för P4 Kristianstad statistik över allt kanalen sänder i FM för att bland annat analysera om kanalen har missat att vara i en viss kommun, har haft en blandning av olika makthavare och om det har hörts personer med utländsk bakgrund i sändningarna. Radiosporten genomför regelbundet mätveckor för att hålla koll på fördelningen mellan manligt och kvinnligt i sändningarna. P4 Sörmland har i ett stort lokalt publikprojekt systematiskt lärt känna sin

publik, dess behov och önskemål bättre. En demografisk analys, en enkät samt djupintervjuer med lyssnare under 50 år har gett kunskap som lett till konkreta innehållsförändringar.

Kontinuerligt utvecklingsarbete pågår för att ta fram gemensamma mätmetoder, kriterier och verktyg för systematisk återkoppling.

P4 Halland, P4 Dalarna och det nya morgonprogrammet i Södertälje har utsetts till testredaktioner för ett nytt arbetssätt. De får stöd av en särskild speglingscoach som hjälper medarbetarna att göra en djupanalys av sitt uppdrag och av demografin i bevakningsområdet och att därefter sätta redaktionella och individuella mål. Utifrån dessa skapas aktiviteter för att öka bredden i perspektiv och minska ”vita fläckar” i utbudet. Syftet är ta fram olika koncept för en långsiktigt hållbar organisering av arbetet och att utveckla arbetsmetoder, rutiner och utbildningsinsatser som sedan kan spridas som goda exempel till hela Sveriges Radio.

Chefer och arbetsledare har ansvar för att resultaten av lyssningar och mätbara speglingsmål följs upp i den redaktionella utvärderingen och att de också hålls levande i den dagliga innehållsplaneringen och diskussionen på redaktionerna.

### 7.1.2 Närvaro i och spegling av hela landet

Sveriges Radio har en geografiskt decentraliserad organisation med fasta redaktioner och bemanning på ett växande antal platser. Redaktioner finns på cirka 50 orter i Sverige. P4 Gävleborg har under året återbemannat sin redaktion i Hudiksvall, och i början av november öppnades en lokal P4-redaktion i Södertälje. Av Sveriges Radios programproducerande personal (exklusive Berwaldhallen) är 57 procent stationerad utanför Stockholm.

*Ekot* och *P3 Nyheter* har rikskorrespondenttjänster placerade på lokala kanaler runt om i landet. Även riksprogram med särskild inriktning såsom *Kulturnytt*, *P1 Kultur*, *Ring P1*, *Radiosporten*, *Karlavagnen* i *P4* och *P2 Live* har medarbetare på flera orter.

Sameradion har sin huvudredaktion i Kiruna och har även medarbetare på sju andra orter. Sisuradio har reporter och programledare placerade på tio P4-stationer utanför Stockholm, bland annat i Haparanda. Meänraatios huvudredaktion finns i Pajala samt medarbetare i Uppsala och Övertorneå. Radio Romano har (förutom redaktionen i Stockholm) en reporter placerad på SR Malmö.

Radio Sweden, som är en del av Ekoredaktionen, gör nyheter på lätt svenska samt nyheter på engelska, persiska (farsi/dari), kurdiska (sorani/kurmanju), somaliska och arabiska.

Riksprogram i P1, P2, P3 och P4 sänds regelbundet från platser runt om i landet. *Ekot* arbetar aktivt för att öka andelen material producerat utanför Stockholm. Ambitionen är att Toppnyheter i appen ska innehålla flera lokalt producerade klipp varje dag. *Ekot* har också under 2019 utvecklat sitt arbete för att bättre kunna hämta in och publicera lokalt material i linjära sändningar, både nyheter och program som *P1-morgon* och *Studio Ett*.

Mer än hälften av *Tendens kortdokumentärer* i P1 utgår från landsbygd eller mindre städer och femton procent av programmen utgår från Göteborg eller Malmö. Redaktionens reportrar är lokaliserade över hela landet och de samhällsfrågor som gestaltas har alltid sitt ursprung i vad som för tillfället är aktuellt i reportrarnas geografiska områden.

Från P3 kan nämnas att *Farah i P3* har sänts live flera gånger under året från olika städer och tätorter där det vanligtvis inte produceras P3-program.

De lokala P4-kanalerna har under året ökat antalet sändningar utanför radiohusen med hjälp av nya tekniska verktyg som ob-väskor och mobilapp för liverapportering med ljud. Arbetet omorganiserades med ambitionen att fler reportrar ska kunna röra sig ute och besöka små orter i högre grad än tidigare. Flera kanaler har också börjat jobba med tillfälliga redaktioner för att etablera närvaro och bygga relationer med publiken i svagt bevakade områden. Några exempel under 2019:

- P4 Gävleborg har börjat sända flera program per vecka från sin lokala redaktion i Bollnäs. Kanalen har lagt om arbetet så att tre reportrar dagligen är ute och medverkar i sändningarna från olika delar av länet. En av dem fokuserar särskilt på mångfald, bland annat ur ett socioekonomiskt och kulturellt perspektiv.
- P4 Väst har en rullande redaktion på två personer som veckovis sänder från orter som kanalen tidigare inte kunde besöka i samma utsträckning.
- P4 Örebro har under hösten sänt fredagseftermiddagar från något av länets segregerade områden och utflyttningsorter med uppgift att spegla möjligheter i stället för att belysa problem.
- P4 Kalmar har etablerat en särskild reporter med uppdrag att spegla situationen i länets utkanter vilka tidigare hamnat mellan olika bevakningsområden. Det handlar om upplevelsen av att invånare i ett län kan känna sig mer hemmahörande geografiskt och kulturellt i ett annat län än där de bor.
- Under nio månader 2019 delade P4 Malmöhus upp sändningar över nordvästra Skåne och sände ett särskilt lokalt morgonprogram (*P4 Morgon*) i Helsingborg.

### 7.1.3 Jämställdhet

Alla redaktioner och kanaler i Sveriges Radio arbetar aktivt för att jämställdhet ska prägla programutbudet i stort. Det handlar inte enbart om att räkna antalet manliga och kvinnliga medverkande utan om att kvinnor och män i olika ålder och med olika bakgrund och hemvist hörs och syns i alla typer av ämnen, program och frågeställningar – både som berörda, experter, makthavare och upphovsmakare.

Efter att #metoo avslöjade strukturell ojämlikhet och sexuella trakasserier på en rad arbetsplatser fick jämställdhetsfrågor ökat fokus under 2018. Det har följts upp framför allt i nyhets- och aktualitetsarbetet även under 2019, exempelvis när flera rättsfall och pressetiska granskningar har fått sina avslut och några utpekade profiler har gett ut litterära vittnesmål om sina upplevelser.

Några programexempel under 2019:

- *P1 Kultur* diskuterade årets nya böcker med #metoo tema: ”Med egna ord – litteratur, försvarstal eller debattskrift?”
- Radiosportens bevakning av fotbolls-VM för damer var den största satsningen hittills på ett dammästerskap. Två reportrar punktmarkerade det svenska laget, och de flesta matcher under mästerskapet sändes i delar eller i sin helhet.
- P3-dramat *Sviten* var en serie om klass och tillhörighet och om gränslöshet och utnyttjande, skapad av Denise Rudberg och Mikaela Bley, i regi av Moa Gammel.
- *P1 Dokumentärs* ”Det var en gång en familj” är ett vittnesmål om heder och våld i en kurdisk familj skildrat ur dotterns perspektiv.
- *P4 Sörmland* har sänt program om graviditet särskilt riktade till unga kvinnor. Lyssnarna har varit delaktiga i frågor som amning och förlossningsskador.
- I *P3 Nyheter* och program som *Ligga med P3* och *Farah i P3* hörs unga kvinnors berättelser och perspektiv från hela landet. I nyheterna har det bland annat rapporterats om onlinedejting, konsumtion av antidepressiva mediciner, unga ensamkommande killar och tjejer, tillvaron för unga hbtq-personer, sexism på universitetsutbildningar och sjuksköterskors arbetsförhållanden.

Även i musikutbudet arbetar Sveriges Radio med speglingsuppdraget. En jämn fördelning mellan manliga och kvinnliga artister eftersträvas i musikläggningen för alla Sveriges Radios kanaler. Alla musikredaktioner arbetar med jämställdhet vad gäller gäster och liveinspelningar och för statistik över medverkande.

Jämställdhets- och mångfaldsfrågor ingår också i introduktionen av alla nya medarbetare samt i chefs- och arbetsledarutbildningar.

#### **7.1.4 Samarbeten och publika möten för ökad spegling**

Under mars och april 2019 genomförde Sveriges Radio en husbilsturné på hundra platser runt om i landet, från Björkliden i norr till Trelleborg i söder. Medlemmar ur företagsledningen tillsammans med lokala kanaler och genreredaktioner mötte tusentals lyssnare och samlade in tankar, åsikter och förslag om Sveriges Radio. En rad sändningar och inslag genomfördes i lokala kanaler i samband med turnén.

Yngre människor och svenskar med rötter utanför Norden hör till de målgrupper som en del kanaler och redaktioner kan ha svårt att nå med relevanta ämnen och frågeställningar. Därför arbetar flera P4-kanaler och riksredaktioner aktivt för att få med just dessa grupper i sina etablerade publiknätverk. Redaktionerna ordnar också olika typer av publika möten, sändningar och evenemang på platser där kännedomen om Sveriges Radios uppdrag är bristfällig och lyssnandet lågt. Även spridning av innehåll via poddar och dialog via sociala medier har blivit allt viktigare för att nå dessa publikgrupper som inte har FM-lyssnandet som vana. Några exempel:

- P3 Din Gatas programledare pratar ofta om frågor som berör unga som upplever utanförskap i olika grad. Kanalen använder populärkulturella referenser som tilltalar och engagerar personer som sällan lyssnar på Sveriges Radio och har en ständigt pågående dialog i sociala medier.
- P4 Sjuhärad har haft en fast sändningsplats en dag i veckan från stadsdelen Norrby i Borås. Området är klassat som särskilt utsatt på polisens lista.
- I *Klassisk morgon* i P2 uppmärksammas högtider och företeelser där lyssnare med annan kulturell bakgrund än svensk kan tillföra berättelser samt önska musik.

Ekoredaktionen, Radio Sweden och de nationella minoritetspråksredaktionerna samarbetar med Sveriges Radios övriga redaktioner och lokala kanaler. Det bidrar till att hela landet hörs med större nyansrikedom och även minoriteter blir synliga i olika kanalers utbud.

Dokumentärserien ”Tensta Calling” är ett samarbete mellan *Ekots* grävgrupp och *P1 Dokumentär*. Serien är en unik berättelse inifrån Tensta och en familj som lever i gängkriminalitetens skugga.

I satsningen ”Tio miljoner: Vad engagerar dig?” hörs närmare 500 enskilda röster som engagerat berättar om det som är viktigt för dem.

Tvåspråkiga program som Meänraatios *Finnmix* i P4 Norrbotten och Sisuradions medverkan i *Karlavagnen* i P4 är exempel på program där röster och ämnesval i mer underhållande form kan visa minoriteters perspektiv.

Radio Romano publicerar på internet korta sammanfattningar av sina nyheter och inslag även på svenska.

### 7.1.5 Rekrytering av mångfald

Mångfald på Sveriges Radio innebär även att företaget ska ha en sammansättning av medarbetare som avspeglar den mångfald som finns i samhället i stort. Mångfaldskompetens i form av perspektiv, kontaktnätverk och språkkunskaper som annars saknas på redaktionerna efterfrågas i alla rekryteringar. Utan olika kompetenser och erfarenheter av olika kulturer och socioekonomiska verkligheter är det svårare att lyckas med uppdraget att spegla hela landet och att säkerställa att olika perspektiv präglar rapporteringen.

Samtidigt är det en utmaning att rekrytera journalister. Antalet sökande till framför allt folkhögskolor som erbjuder journalistutbildningar går ner. Därutöver ställs det höga krav på det journalistiska yrket i sig, och det är i flera avseenden en större utmaning än tidigare att leva upp till den mångsidighet i kompetens som i dag krävs av en journalist.

Sveriges Radio använder sig av kompetensbaserad rekrytering med mångfaldsperspektiv och utvärderar annonser, bildval och språkbruk vid i stort sett alla rekryteringar. Det innebär att alla kandidater i en rekryteringsprocess ges förutsättningar att bedömas enligt samma mall och kriterier och enbart utifrån kompetens.

Under 2019 har en rad aktiviteter genomförts för att stärka arbetsgivarvarumärket för Sveriges Radio, både vad gäller journalister och för grupper inom IT/Teknik där konkurrensen är stor om rekryteringar. Ett särskilt fokus har varit att nå ut till områden och i nätverk där Sveriges Radio inte vanligtvis är så synligt och till målgrupper som har låg kännedom om Sveriges Radio som arbetsgivare.

När Sveriges Radio under året besökt samtliga journalistutbildningar runt om i Sverige har studenterna fått kunskap om public service, radiojournalistik, speglingsuppdraget och dess komplexitet. De har fått information om Sveriges Radios behov av att rekrytera medarbetare som kan bidra med nya infallsvinklar och perspektiv för att lyckas ännu bättre i public service-uppdraget. Vid dessa skolbesök har medarbetare från exempelvis Radio Sweden deltagit för att visa på bredden, vilket resulterat i att antalet ansökningar till Radio Swedens verksamhet har ökat.

Under våren 2019 lanserade Sveriges Radio en ny karriärsida där ett av målen är att förmedla Sveriges Radios värderingar och vikten av att spegla hela Sverige så att fler grupper kan identifiera sig med Sveriges Radio.

Sociala medier-kampanjer har genomförts för att öka spridningen av annonser i områden där företaget vanligtvis inte är synligt. Exempelvis genomfördes en omfattande rekryteringskampanj vid sökandet av personal till P4:s nya morgonprogram i Södertälje. Det resulterade i ett stort antal ansökningar med en stor variation vad gäller sökandenas bakgrund, kompetens och språkkunskap. Det bäddar för att redaktionen kan ha ett brett och relevant kontaktnät som i sin tur leder till ett varierat utbud och en mängd olika personer som medverkar i FM och digitalt.

Därutöver har SR för andra året i rad anordnat Kreativt Labb där ett av målen är att stärka arbetsgivarvarumärket bland unga personer med utländsk bakgrund. Även här gjordes en kampanj via bland annat sociala medier som en särskild satsning på att nå en yngre målgrupp. Sveriges Radio har även medverkat på Fryshuset gymnasieämbetsmässan, arrangerat över 30 studiebesök och deltagit på mässor runt om i landet.

För att lättare nå mångfaldskompetens har Sverige Radio vidmakthållit befintliga kontaktytor med aktörer som på olika sätt arbetar med exempelvis utbildnings- och praktikinsatser för integration på arbetsmarknaden.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Exempel: Korta vägen, arbetsmarknadsutbildning för utlandsfödda akademiker. Mitt liv, ett socialt företag som arbetar för en arbetsmarknad som värdesätter mångfald. Jobbsprånget, ett praktikprogram riktat till nyanlända akademiker som drivs av Kungl. Ingenjörsvetenskapsakademien.

### 7.1.6 Uppföljning

Sveriges Radios arbete för att öka bredden av perspektiv följs upp på olika sätt. Dessa uppföljningar används internt för redaktionell återkoppling och vidareutveckling av verksamheten.

#### Attitydundersökning

Ett sätt att följa upp mångfaldsarbetet är att fråga allmänheten hur den uppfattar mångfalden i Sveriges Radios utbud.<sup>26</sup> Tabellen visar hur stor andel som instämmer i respektive påstående.

**Tabell 10. Allmänhetens uppfattning om mångfald, jämställdhet och spegling i SR:s utbud**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
SR:s programinnehåll speglar mångfalden i det svenska samhället	48%	45%	46%	45%	45%	42%
SR har jämn fördelning mellan kvinnor och män i sitt programinnehåll	40%	38%	35%	34%	36%	36%
SR sänder program "från min del av landet"	61%	62%	68%	68%	68%	68%
SR ger mig kunskap om olika människors liv och villkor i Sverige	52%	49%	51%	48%	49%	47%

Sveriges Radio har de senaste åren konsekvent satsat på att sända när det händer och där det händer, alltså inte från radiohusen utan andra platser. Denna satsning förstärker den lokala journalistiken i P4. Samtidigt har rikskanalerna arbetat med att röster och perspektiv från hela landet ska höras i större utsträckning. Under perioden 2016-2019 har andelen svarande som instämmer i påståendet att "SR sänder program 'från min del av landet'" legat på en stabil nivå som också är tydligt högre än under åren 2014-2015.

Detta bekräftas även av att 74 procent (73 procent 2018) håller med om att "Sveriges Radio sänder nyheter från min del av landet". Andelen har ökat under de senaste åren.

Andelen som instämmer i övriga påståenden om mångfald, jämställdhet och spegling har sjunkit något under tillståndsperioden. 47 procent av befolkningen håller med om att Sveriges Radio ger kunskap om människors liv och villkor i Sverige och 42 procent att programinnehållet speglar mångfalden i det svenska samhället. Flera av SR:s satsningar syftar till att ännu bättre bevaka hela landet, och att fler ska känna igen sig i utbudet. De nya strategiska mål som tagits fram inför den nya tillståndsperioden syftar i hög grad till att möta dessa utmaningar och säkerställa att fler perspektiv hörs.

Färre, drygt en tredjedel, håller med om att fördelningen mellan män och kvinnor i programinnehållet är jämn. Detta är svårt att som lyssnare ha en uppfattning om, vilket den höga andel, 46 procent (samma nivå som 2018), som svarar "Vet ej" indikerar. Det gör också resultatet svårt att tolka, i synnerhet som Sveriges Radios egna interna uppföljningar av utbudet visar snarare att könsbalansen över tid blivit jämnare.

I vilken utsträckning publikens vardag och verklighet känns igen i utbudet följs upp genom påståendet "Jag upplever Sveriges Radio som nära min verklighet". 52 procent (55 procent 2018) av allmänheten håller med om det. Andelen har varit relativt stabil under de senaste två åren, men något lägre jämfört med längre tillbaka. Andelen kan å ena sidan tolkas som relativt hög, å andra sidan kan påståendet

<sup>26</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2019.

uppfattas på vitt skilda sätt i ett polariserat debattklimat. Sveriges Radio fortsätter utveckla utbudet avseende ämnesval, perspektiv, röster och geografi.

## Lyssningar

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

Under 2019 genomfördes en P1-lyssning. I lyssningen kartlades vilka externa personer som medverkade i kanalen under en vecka utifrån kategorierna ålder, kön, bakgrund, geografi och roller (berörd eller expert/företrädare/makthavare). Utifrån de strategiska målen för P1 gjordes i samma lyssning även en kvalitativ analys av kanalens innehåll. Resultaten av lyssningen har sedan använts för att utveckla kanalen och programmen samt för att återkoppla till redaktionerna.

2019 gjordes en kartläggning av P3:s innehåll under en vecka. Undersökningen har varit en del av analysarbetet som legat till grund för P3:s förändringsarbete.

Under februari 2019 lyssnades en veckas utbud i de 25 lokala P4-kanalerna igenom för att undersöka på vilket sätt publiken var medskapande, vilka ämnen och perspektiv som togs upp och hur kanalerna arbetar med både snabb rapportering och fördjupande journalistik. Dessutom undersöktes könsfördelning, mångfald och bevakning av hela Sverige med utgångspunkt från geografi, socioekonomi och ålder. Lyssningens kartläggning är inte enbart kvantitativ utan noterar också i vilken roll en person medverkar. Detta för att undvika exempelvis stereotypa könsroller och socioekonomiska fördomar.

Lyssningen visade att P4-kanalerna skapade innehåll om 271 av landets 290 kommuner och var på plats i 212. Över 1 200 orter nämndes i sändning. Här följdes också dialogen i sociala medier upp, och den visade att väldigt många lyssnare är med och diskuterar nyheter och aktuella frågor. Resultatet av lyssningen och genomgången av det digitala innehållet har under året använts som utgångspunkt i utvecklingsarbete och redaktionell återkoppling.

## Uppföljning av medverkande i program

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

Redaktionerna har olika sätt att mäta sina mål, bland annat med hjälp av mätverktyg och manusstatistik. Några exempel från olika delar av Sveriges Radios nyhetsbevakande redaktioner och kanaler:

- De lokala P4-kanalerna har en jämn könsfördelning av medverkande visar den genomlyssning som gjordes i februari 2019.
- P4 Dalarna, P4 Halland och P4 Södertälje har gjort en kartläggning av sina sändningsområden för att kunna utveckla bevakningen av ämnen som är relevanta för publiken i olika delar av områdena. Redaktionerna har fått stöd av coacher med kompetens inom mångfaldsfrågor.
- P4 Gävleborg mäter kontinuerligt utbudet och kontrollerar att kanalen speglar länets befolkning utifrån både geografi och andra faktorer. Varje vecka följer redaktionen upp vad medarbetarna gjort för att få en bredd av perspektiv och medverkande.
- *Ekot* följer upp vilka som medverkar i programmen. Under 2019 har särskilt fokus legat på *P1-morgon* och *Studio Ett* som följer upp medverkande utifrån kön, mångfald och geografi.



## Jämställdhet bland personalen

Sveriges Radio har under lång tid arbetat strukturerat och målmedvetet för att nå balans mellan kvinnor och män på alla nivåer. 2019 var fördelningen bland samtliga chefer 55 procent kvinnor och 45 procent män, vilket är en ökning av kvinnor jämfört med de senaste åren då fördelningen legat på 50/50. Av arbetsledarna som jobbar närmast medarbetarna och programmen var 58 procent kvinnor och 42 procent män. För samtliga anställda var fördelningen 51 procent kvinnor och 49 procent män, vilket är i samma nivå som 2018.

Sveriges Radio tilldelades under året Nyckeltalsinstitutets pris som Sveriges mest jämställda arbetsplats 2019. Jämställdheten mäts i drygt 330 medverkande företag och organisationer enligt ett index med nio olika nyckeltal som rör skillnaden mellan kvinnor och män inom personalområdet.

### 7.1.7 55 procent-målet

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

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2019, p. 14)

2019 har 55,8 procent av allmänproduktionen i Sveriges Radios rikssändningar producerats utanför Stockholm. I detta ingår dels sådant som redaktioner utanför Stockholm producerat för sändning i rikskanaler, dels sådant som bolag utanför Stockholm bidragit med.

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

- P1 – samtliga programkategorier<sup>27</sup> exklusive Nyheter och Sport.
- P2 – alla sändningar på dagtid med undantag för levande musik producerad i Stockholm, inklusive sändningar på nationella minoritetsspråk men exklusive sändningar på andra minoritetsspråk.
- P3 – samtliga programkategorier<sup>36</sup> exklusive Nyheter och Sport.
- P4 – riksutbudet<sup>28</sup> exklusive Nyheter och Sport.

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

- Programmet beställs från och produceras av en redaktion utanför Stockholm. Exempel: *Radioföljetongen* i P1 (Luleå), *Relationsradion* i P3 (Malmö) och *Kvällspasset* i P4 (Göteborg).
- Programmet beställs från och produceras av ett produktionsbolag utanför Stockholm. Exempel: *Meny* i P1 beställs från och produceras av Tomas Tengbys produktionsbolag i Göteborg, *P4 Dans* beställs från och produceras av Produktionsbolaget Massa Media i Luleå.
- Programmet beställs från en redaktion eller externt bolag i Stockholm, men i beställningen anges att det helt eller delvis ska produceras utanför Stockholm. Programmen har reportage eller medverkande från andra delar av landet än Stockholm. Exempel: *Tankar för dagen* i P1 samt vissa avsnitt av *P3-* och *P4-dokumentärer*.

<sup>27</sup> De programkategorier som ingår i begreppet allmänproduktion är Samhälle, Kultur, Musik, Service, Livsstil och Underhållning. Nyheter och Sport ingår inte.

<sup>28</sup> Riksbudet är det som sänds i P4 över hela riket, alltså inte lokala kanalers sändningar vardagar.

## 7.2 Nyheter och samhällsbevakning

Nyhetsverksamheten inom SR ska bedrivas så att en mångfald i nyhetsurval, analyser och kommentarer kommer till uttryck i olika program.

SR ska meddela nyheter, stimulera till debatt, kommentera och belysa händelser och skeenden och ge den allsidiga information som medborgarna behöver för att vara orienterade och ta ställning i samhälls- och kulturfrågor.

SR ska granska myndigheter, organisationer och företag som har inflytande på beslut som rör medborgarna samt spegla verksamheten inom sådana organ och inom andra maktsfärer.

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 8)

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

Samtidigt finns en strävan mot ett mer samhällsinriktat innehåll i många program i rikssändningar och i lokala kanaler. Det uppstår därmed en naturlig integration av nyheter och mer fördjupande samhällsjournalistik. Sammantaget innebär det 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 lyssnare snabb nyhetsuppdatering och originalnyheter som fördjupas och utvecklas i olika aktualitetsprogram. Nyhetsutbudet ska ge publiken en allsidig nyhetsförmedling som gör det möjligt att förstå konsekvenser och ta ställning i olika samhällsfrågor. Sveriges Radio ska inte enbart berätta vad som hänt utan också hjälpa lyssnaren att bilda sig en egen uppfattning.

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

Vid större nyhetshändelser är skillnaden mellan kanalerna påtaglig. P1 utgår från att publikens behov av att följa ett skeende är stort och ger utrymme för händelsen i sig samt för analys och fördjupning. P3 ska leverera snabba och relevanta uppdateringar med ett yngre tilltal och tar in publikens reaktioner och röster i FM-kanalen och på andra plattformar – i P3:s uppdrag ingår att få den unga publiken att förstå komplexa och utdragna skeenden. P4 uppdaterar snabbt och relevant och i nära dialog med publiken. P4-kanalerna producerar också på regelbunden basis hela programsegment i *P1-morgon* om nyhetsaktuella ämnen.

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

*Ekot* gjorde under hösten 2019 en omorganisation av reporterorganisationen. Bland annat infördes fyra nya specialreportrar: klimat- och miljöreporter, rättsreporter, internet- och teknikreporter och en renodlad ekonomikommentator. Även två ytterligare reportrar med inriktning på undersökande journalistik tillfördes *Ekots* grävgrupp.

## Olika perspektiv och mångfald

Genom nyhetsmedarbetare över hela landet och utrikeskorrespondenter ska närvaro, mångfald och olika perspektiv i nyhetsurvalet säkras. *Ekot*, *Radiosporten*, lokala P4-kanaler och Sisuradio sänder dagliga nyheter. *P3 Nyheter*, Vetenskapsredaktionen, Kulturredaktionen och Sameradion sänder varje vardag nyheter utifrån sina olika uppdrag. Radio Sweden producerar varje vardag en kort nyhetspodd.

Genom nyhetsprogram som *Klartext*, som berättar nyheter på ett enklare sätt, *Juniornyheter* för barn 9–13 år, och *P3 Nyheter på lätt svenska* för unga erbjuds anpassade nyheter för specifika målgrupper. Kanalerna P3 och P3 Din Gata ger en ung publik nyheter och möter i detta arbete publiken på de digitala plattformarna och i sociala medier.

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

Sveriges Radio har avsatta resurser för att sända extra på webben på tio språk vid större nyhetshändelser.

## Snabb nyhetsrapportering

Sveriges Radios uppdrag att snabbt och källkritiskt publicera nyheter blir allt viktigare. För att kunna hantera stora nyhetshändelser, oavsett när de inträffar, har Ekoredaktionen ett liveteam med ett tiotal medarbetare kl. 09–02 sju dagar i veckan. Teamet sänder med kort varsel i FM och på webben och gör dessutom nyhetsuppdateringar i *Vaken med P3 & P4*.

Stora nationella och internationella händelser bevakas i realtid i extrasändningar, både i FM och via internet. *Ekots* liveteam har sänt cirka 410 extrasändningar under 2019 vid större nyhetshändelser. Dessa sändes via *sverigesradio.se* och *SR Play*. Vissa sänds också i P1 och P4, då de lokala kanalerna erbjuds ett treminutersutrymme i samband med varje livesändning.

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

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

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.

84 (83) procent anser att *SR* är viktigt för nyhetsförmedling generellt.

84 (83) procent anser att *SR* är viktigt för lokala nyheter.

74 (76) procent anser att *SR* har trovärdiga nyhetssändningar.<sup>29</sup>

<sup>29</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2019. Siffrorna inom parentes avser 2018.

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	10 341	10 468	10 318	10 281	10 244	9 883
Parallelsändning	1 789	1 771	1 596	1 622	1 600	1 595
Repris	234	226	156	177	177	174
<b>Totalt</b>	<b>12 365</b>	<b>12 466</b>	<b>12 069</b>	<b>12 080</b>	<b>12 021</b>	<b>11 652</b>

Minskningen av antalet nyhetstimmar 2019 beror på nedläggningen av P5 Sthlm, vars minskning är större än tabellen visar. Samtidigt ökar nyheterna i andra kanaler genom bland annat kvällsbevakningen på lokala P4-kanaler.

### 7.2.2 Utrikesverksamheten

Lyssnaren ska kunna lita på att Sveriges Radios utrikesreportrar och korrespondenter levererar nyhetsrapportering när det händer, där det händer. Utrikesrapporteringen ska utöver nyheter också ge bakgrund, sammanhang, perspektiv och fördjupning.

Sveriges Radios korrespondentorganisation består av 23 korrespondenter, inklusive en trainee-tjänst. Fjorton av dessa har sin bas i stationeringsorter i sina respektive bevakningsområden i utlandet, och nio utgår från Sverige. Utöver dessa arbetar nio utrikesreportrar och utrikesredaktörer i *Ekots* utrikesgrupp på redaktionen i Stockholm.

Majoriteten av korrespondenterna har särskilda geografiska bevakningsområden runt om i världen. De är stationerade i Bangkok, Peking, Moskva, Helsingfors, Kairo, Istanbul, Maputo, Berlin, Paris, Bryssel, London, Washington DC, New York och Bogotá. Därutöver finns en korrespondent som bevakar Östeuropa, med Stockholm som bas.

Korrespondenten för Danmark är stationerad i Malmö, medan korrespondenten för Norge och Island utgår från Göteborg.

Övriga är gränsöverskridande ämneskorrespondenter med fokus på var sina områden. Under 2019 har SR haft en korrespondent som bevakar frågor ur ungt perspektiv, en korrespondent för global ekonomi, en för global kultur samt en korrespondent för global hälsa. Sveriges Radio har också en migrationskorrespondent som från och med 2020 får utökat ansvar för att också bevaka demografifrågor.

Utöver ovan nämnda korrespondenter har Sveriges Radio under 2019 också fortsatt med en så kallad korrespondent-trainee, en utbildningstjänst som tillkom efter mordet på korrespondenten Nils Horner i Kabul 2014. Syftet med trainee-tjänsten är att utbilda och kompetensutveckla unga utrikesjournalister som har ambitionen att arbeta i Nils Horners anda.

Under 2019 har korrespondenterna haft sammanlagt 1 546 resdagar.

Nyhetsåret 2019 har präglats av omfattande folkliga protester runt om i världen. Sveriges Radios utrikeskorrespondenter har varit på plats och bevakat demokratiörelsens demonstrationer i Hongkong, de våldsamma protesterna i Irak och Iran, demonstrationerna i Chile och Bolivia, liksom de återkommande protesterna i europeiska huvudstäder som Paris, Prag och Rom. Radions utrikesreportrar och korrespondenter har rapporterat från en rad val och folkomröstningar, bland annat genom en journalistisk satsning på EU-valet i maj 2019 vilket beskrivs i 7.2.5.

Utrikesverksamheten innehåller också ett betydande mått av granskningar, bland annat:

- temasatsningen *#Kinaspengar* där Kinas ökade ekonomiska makt har speglats i reportage och nyhetsvinklar från alla världsdelar
- *#PressOfriheten*, om ökande repressalier och inskränkningar för medier i olika delar av världen
- ett ökat fokus på klimatförändringarnas effekter med exempel och analyser från samtliga världsdelar, som i reportageserien *#VärldensVatten*.

Utrikesredaktionen är organiserad för ständig beredskap att snabbt ta sig till platser där nyhetsbevakningen kräver omedelbar närvaro. Under 2019 har det exempelvis handlat om rapportering om terrordåd i Nya Zeeland, våldsamma skogsbränder i Australien, massskjutningar i USA, jordbävning i Albanien, cykloner och översvämningar i Mocambique och akutlägen för flyktingar i Bangladesh.

En viktig uppgift är att ge ökad kunskap och förståelse genom att skildra pågående skeenden som annars riskerar att hamna i medial skugga. Under 2019 har Sveriges Radio bland annat rapporterat på plats i Kongo om det växande ebolautbrottet där läget försvåras av strider och växande konflikt, liksom inifrån Jemen om det som av människorättsorganisationer beskrivs som världens värsta pågående humanitära katastrof.

Pressfriheten i världen är utsatt för hårda prövningar. Det är påtagligt även för Sveriges Radios korrespondenter och utrikesreportrar att åtstramningarna påverkar möjligheten att få journalistvisum och att resa och rapportera fritt i en rad länder.

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

Sveriges Radio utvecklar nya format för utrikesjournalistiken, inte minst i appen *SR Play* och på internet. Ämnespoddar, som delvis också sänds i FM, är avsedda att ge fördjupning för specialintresserade: *Europapodden* handlar om europeisk politik, som turerna kring brexit och politiska förändringar i europeiska länder. *USA-podden* följer amerikansk politik och dess konsekvenser i USA och i världen. I december 2019 startade Sveriges Radio en ny utrikespodd om Kinas politik och samhällsliv: *Det Perfekta Kina*.

I *Radiokorrespondenterna* tar Sveriges Radios utrikeskorrespondenter med lyssnarna till sina respektive bevakningsområden och belyser ett särskilt tema på djupet. I *P4 Världen* hörs inslag om veckans stora internationella nyhetshändelser såväl som vardagsbetraktelser från olika delar av världen.

Utrikesgruppen strävar efter att öka kommunikationen med publiken genom publikmöten på flera orter i Sverige. I augusti framträdde alla korrespondenter vid publikevenemanget *Förstå världen* som hölls i Sveriges Radios konserthus Berwaldhallen i Stockholm, följt av en turné där utrikesreportrar och korrespondenter mötte publiken på tretton orter runt om i Sverige. Satsningen på nischade ämnespoddar som beskrivs ovan har också bidragit till ett ökat engagemang från publiken. Frågor, synpunkter och inspel från en engagerad och ofta ung publik är en bärande del av produktionen.

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

48 (48) procent instämmer i påståendet *SR ger mig kunskap om världen utanför Europa*.<sup>30</sup>

<sup>30</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2019. Siffrorna inom parentes avser 2018.

### 7.2.3 Granskning

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

Under 2019 utvecklades samarbetet i nätverket SR Granskar mellan de lokala P4-kanalerna, *Ekot*, *Naturmorgon*, *Sisuradio* och *Radio Romano*. Reportrar i hela landet arbetar i ämnesgrupperna skola/utbildning, ekonomi/konsument, brott/straff, invandring/integration, sjukvård/omsorg samt klimatet. SR Granskar har levererat egna undersökningar om bland annat skolornas knackiga ekonomi och kommunernas ökade intäkter från parkeringsavgifter. Här har lokala vinklingar gått hand i hand med nationella toppnyheter.

Med granskningen ”När vården inte räddar liv” avslöjade *Ekot* hur patienter riskerar att dö i onödan när vården slarvar med livsavgörande beslut om behandlingsbegränsningar. Serien ”Prylarnas pris” granskade hur det växande prylberget påverkar miljön och klimatet.

I ”Den sista milen – leverans till dörren” berättade *Kaliber* hur utsatta människor från andra länder kan utnyttjas när de arbetar som budbilsförare för företag som levererar med fri frakt. *Kaliber* visade också i sin granskning ”Nyförlöst och fångslad” hur ett svenskt vårdföretag genom sin verksamhet i en diktatur hamnar i konflikt med etiska koder. Sjukhuset rapporterar ogifta gravida kvinnor till polis vilket leder till att de fängslas.

*P3 Nyheter Granskar* undersöker ämnen som är viktiga för den unga målgruppen, och tar även fram egna nyheter.

P4 Kalmar har under 2019 granskat det nationella palliativregistret, vars chef under flera år tagit ut stora kontantbelopp som inte kunde redovisas samt gjort inköp som blivit ifrågasatta. Granskningen ledde till internrevision samt till att landstingschefen fick avgå och blev polisanmäld. I en annan granskning framkom att landshövdingen i Kalmar län bland annat betalat svarta löner till anställda för att servera på en privat fest. Avslöjandet ledde till att landshövdingen fick lämna sin post.

P4 Kronoberg visade i en granskning hur en gymnasieskola tagit betalt av Alvesta kommun för en elev som inte gick på skolan utan satt i fängelse. Skolan blev efter granskningarna av med sin branschrekommendation från Byggindustrins Yrkesnämnd.

### 7.2.4 Samhällsbevakning – fördjupning och berättande

Samhällsbevakningen ska ge lyssnarna sammanhang och fördjupning samt ge olika perspektiv på händelser från hela Sverige. När åsikter och värderingar polariseras och misstro mot etablerade medier ökar är detta en extra viktig uppgift.

Vikten av att vara nära lyssnarna, att skildra hela verkligheten, att ge flera perspektiv av samma berättelse och att problematisera den negativa nyhetsdramaturgin som främst speglar verkligheten utifrån elände och katastrofer fortsätter att vara en av Sveriges Radios prioriteringar.

#### Fördjupning

Lyssnarna erbjuds fördjupning dels i snabba, kommenterande analyser med berörda och experter i de dagliga aktualitetsprogrammen *P1-morgon* och *Studio Ett*, miljöprogrammet *Klotet* eller i den lokala P4-kanalens eftermiddagsprogram, dels i de mer fördjupande berättelserna om ett Sverige i förändring, som i *Tendens – kortdokumentärer*.

Den svenska samhällsdebatten har fortsatt präglats av frågor om invandring, brott och straff. Skjutningar runt om i landet har skapat oro. Har alla samma förutsättningar oberoende av geografi är en annan fråga som bildar relief till många av de ämnen som berör publiken. Konsekvenserna av kriget i Syrien blev påtagliga i Sverige när barnen till svenska IS krigare lever under svåra förhållanden i läger i Irak. Vems är ansvaret?

Det svenska politiska landskapet ritas om. Klimatfrågan har engagerat de yngre generationerna i Sverige och världen. Under året inträffade flera naturkatastrofer. Runt om i världen syntes stora missnöjesaktioner mot sittande ledare och samhällssystem som till exempel i Hongkong, Irak och Chile.

Exempel på program som bidrar med fördjupning och analys:

- Aktualitetsprogrammen *P1-morgon* och *Studio Ett* analyserar dagens frågor, varje eftermiddag och sen kväll, och sänder extra vid stora nyhetshändelser.
- I *Godmorgon, världen!* och *Konflikt* i P1 får lyssnarna tillbakablickar på veckan som gått i och utanför Sverige och analyser av vad som ligger i tiden. Tillsammans med *Ekots* reportrar och gäster diskuteras i *Ekonomiekot Extra* i P1 veckans mest spännande händelser inom samhällsekonomi och näringsliv.
- *Nordegren & Epstein* i P1 kommenterar samtiden fyra vardagar i veckan med ett lättare och mer egensinnigt tilltal.
- *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*.
- *P3 Nyheter Dokumentär* är avsedd som fördjupning av nyhetshändelser för lyssnare on demand, och vissa av programmen sänds även i FM.
- Alla lokala P4-kanaler publicerar, ofta dagligen, en lokal granskning eller nyhet som sedan fördjupas och diskuteras i eftermiddagsprogrammet. De lite längre, djupa intervjuerna sänds framför allt på förmiddagstid.
- Det dagliga aktualitetsprogrammet *P4 Extra* når en mycket stor publik med kommentarer och fördjupningar kring nyheter och kultur samt ämnen av annan, ibland lättare, karaktär. Programmet hörs hela veckan från någon av sändningsorterna Stockholm, Göteborg eller Malmö.
- I *P4 Världen* förmedlar Sveriges Radios utrikeskorrespondenter veckans stora världshändelser och små vardagsbetraktelser.
- Program och poddar som *Lördagsintervjun*, *USA-podden*, *Europapodden* och *Det politiska spelet* fördjupar på olika sätt nyheter och aktuell samhällsdebatt.

## Berättande

Sveriges Radio lägger stor vikt vid att skildra människors varierande levnadsvillkor i hela landet. Programserien *Kluvet land* i P1 undersöker och berättar om förändrade livsvillkor och livsmönster, under 2019 med extra fokus på EU-relaterade frågor. Det finns en lång rad exempel på olika sorters berättande format i Sveriges Radios utbud som *Verkligheten i P3*, *Lischöping Stories* och *Svenska berättelser*. *Radiofynd* lyfter fram avgörande ögonblick i radiohistorien. *Sommar i P1* bygger på de inbjudna värdarnas egna skildringar. I *P3 Historia* kretsar berättelsen kring en historisk person, där dramatiserade scener varvas med fakta. *P3 Dystopia* handlar om vad som händer om det värsta inträffar, och berättelsen flätas samman med filosofiska dilemman.

Flera lokala P4-kanaler gör sammanfattande kortberättelser för att samla ihop och förklara nyhetsflödet kring en fråga med stor komplexitet, som SR Kristianstads granskning *Perstorpsbarnen* där fyra ensamkommande flyktingbarn försvunnit utan att kommunen reagerat.

## Vetenskap

Vetenskapsradion med ett 20-tal anställda medarbetare och bas i Uppsala följer och bevakar frågor som vilar på vetenskaplig grund. Inför valet till Europaparlamentet fokuserade redaktionen på nyheter och fördjupande vetenskapsprogram, bland annat de svenska toppkandidaternas inställning till genteknik samt forskningsfinansiering inom EU. Konsekvenserna av den omfattande pandemivaccinationen 2009 granskades också, bland annat diskuterades hur det har påverkat enskilda individer och samhället i stort.

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

*P1 Dokumentär* skildrade forskning om det sjätte sinnet och migrerande fjärilar i Australien.

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

## Livsåskådning

*Människor och tro* i P1 har under året belyst hur brexit rivit upp såren mellan katoliker och protestanter i Nordirland, debatterat ungas syn på sexualitet och tro samt skildrat några av Europas tongivande länder och deras syn på olika trosinriktningar. I ”Religiösa rebeller”, en sommarserie med historisk bäring gestaltades personer som gick på tvärs mot dåtidens religiösa dogmer. *Människor och tro* har kontinuerligt telefonväkterier för att stärka lyssnardialogen.

*Filosofiska rummet* i P1 tar upp vår tids mest brännande etiska, existentiella och politiska dilemman.

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

*Gudstjänsten* i P1, som produceras i Göteborg, Malmö, Växjö, Örebro och Umeå, speglar olika kristna samfund och olika typer av gudstjänster som till exempel en gudstjänst på både arabiska och svenska. Inom ramen för gudstjänsten sändes också religionssamtal med muslimska och buddhistiska medverkande. En mångkulturell och mångreligiös fokusgrupp har knutits till redaktionen för att skapa relevans gentemot dagens religiösa och andliga Sverige.

I *Morgonandakten* i P1 hörs en bred flora av röster kring existentiella frågeställningar. Med ett personligt tilltal och andliga perspektiv inleder religiösa företrädare men även allt från författare till fritidsledare dagen. I programmet hölls bland annat under 2019 temaveckor där de fem världsreligionerna kristendom, judendom, islam, buddhism och hinduism lyftes fram. Under året har också stora judiska och muslimska högtider belysts.

## 7.2.5 Dokumentärer

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

Sveriges Radio har ett flertal dokumentära format.

*P3 Dokumentär* är (vid sidan av *Sommar i P1*) Sveriges mest avlyssnade poddar, enligt Poddindex. Här skildras stora händelser i Sverige och världen med sikte främst på att nå den unga publiken. Programmen



blickar bakåt och gräver i arkiven efter händelser i nutidshistorien som skapat avtryck och förändrat vårt sätt att leva och tänka. Några exempel under 2019:

- Serien "Terrorsyskonen och IS" handlar om tre syskon från Göteborg som reser för att göra jihad i Syrien. Serien har blivit mycket uppmärksammasad och vann Stora Journalistpriset.
- I "Galna kosjukan" berättas historien om den mystiska sjukdomen som spreds bland kor i England och som sedan drabbade tonåringar.
- "Självmondsbombaren på Bryggargatan" handlar om det första självmondsattentatet på svensk mark, när en man sprängde sig själv mitt i centrala Stockholm under julhandeln 2010. Den efterföljande terrorutredningen pågick under nästan fyra år.

*P1 Dokumentär* har också uppmärksammasat flera större samhällshändelser genom nya berättelser och perspektiv under året. Som exempelvis i "Saga, överlevaren från Drottninggatan" och "Estonia – natten jag inte dog". I "Regeringsbildningen – om svek, fika och alliansens död", fick lyssnarna följa dramat bakom den historiska regeringsbildningen. Fler exempel från *P1 Dokumentär* under 2019:

- "Avrättad av IS" är en berättelse om en familjs sökande efter sanningen. Det handlar om Noor från Göteborg som hamnar i fel sällskap, och familjen som skickar honom till Irak för att han ska jobba och få ordning på sitt liv. Där blir han kidnappad och avrättad av IS.
- "Bagage från läger 99" handlar om Moa Lichtenstein som är den tredje generationen efter förintelsen och som försöker förstå vad det var som hände med hennes familj.

Det lokala perspektivet står i fokus i *P4 Dokumentär*. Från ett stort nätverk av lokala journalister får lyssnaren berättelser med från hela landet och med stor innehållslig spridning. Som till exempel "Vasaloppskuppen" som handlar om hur två kvinnor maskerade sig till män och kuppade sig in som deltagare i Vasaloppet 1978. Det bidrog till att förbudet mot kvinnors deltagande kort därefter försvann. "När helvetet kom till byn" berättar om Ljusdal och konsekvenserna för orten efter den stora skogsbranden 2018. "Innan jag blir blind" skildrar livet för en ung man som vet att han ska bli blind och hur han navigerade ut i livet efter det.

I *Radiosporten Dokumentär* handlar det om klassiska sportögonblick och om händelser bakom kulisserna i sportens värld. Exempel från året är Bomben i Atlanta och historien om fotbollsspelaren Marta Vieira da Silva.

I *P2 Dokumentär* berättas om människor bakom musiken och musikens roll i vår värld, som till exempel "Jenny Lind – världens första superstjärna", "Hitlers svenska musiker" och "Matteuspassionens dolda rum" under 2019.

Berättelser som inte får plats i nyhets- och aktualitetsflödet och fördjupningar från den grävande journalistiken i *P3*, *P4* och från Ekoredaktionen publiceras ofta i *Tendens – kortdokumentärer* i *P1*. Redaktionen har reportrar i Malmö, Stockholm, Umeå, Luleå och Kalmar. Några exempel från 2019:

- I "Pappa och speldjävulen" undersöks mekanismer som kan utlösa ett spelberoende, hur det är möjligt att få ta snabbblån efter snabbblån och vad som händer i en familj där någon har ett spelberoende.
- "Girjas mot staten" handlar om den mycket uppmärksammasade rättsprocessen om jakträtter och mark där samebyn Girjas stod i centrum.
- I "Torkans år" berättade drabbade om effekterna av den extremt torra sommaren 2018.

Inom olika genrer och för yngre målgrupper ryms särskilt utformade dokumentärformat som *P3 Nyheter Dokumentär* och *P3 Musikedokumentär*. Dessa beskrivs i andra avsnitt.

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	14 252	14 727	14 475	14 595	14 319	14 174
Parallelsändning	2 027	1 893	1 457	1 422	1 434	1 433
Repris	2 212	3 039	2 791	2 843	2 844	2 850
<b>Totalt</b>	<b>18 491</b>	<b>19 659</b>	<b>18 722</b>	<b>18 860</b>	<b>18 597</b>	<b>18 458</b>

## 7.2.6 EU-valet

Sveriges Radios målsättning inför valet till Europaparlamentet 2019 var att förklara, fördjupa och sätta politiken i sitt sammanhang lokalt, nationellt och internationellt. Redaktionerna skulle

- självständigt identifiera viktiga frågor i EU-parlamentsvalet
- skildra partiernas, partigruppernas och kandidaternas hållning i dessa frågor
- ge publiken underlag och fakta samt belysa konsekvenser för Sverige och för lokala sammanhang.

En viktig del av bevakningen var också att ställa de olika frågorna här i Sverige i relation till motsvarande debatt i andra EU-länder och visa på vilka likheter och skillnader som fanns. Bevakning och frågeställningar utgick från respektive kanals och programs karaktär och särskilda målgrupper. I P1 sändes bevakning, granskning och förklaring av EU-frågor utifrån programmets specialområden. För P2 bestod uppdraget i att göra relevant journalistik kring EU-frågor inom utbudet på minoritetsspråken. P3 tog upp frågor och ämnen som enligt undersökningar är viktigast för den unga publiken: Klimat, invandring/migration och utbildning. Bas för P3:s valbevakning var *Morgonpasset* i samarbete med *P3 Nyheter* och satirprogrammet *Tankesmedjan*. Inom denna satsning genomfördes bland annat en EU-valvecka med en rad gäster som belyste olika aspekter av unionen. *P3 Nyheter* publicerade bland annat egna nyheter utifrån en Novus-undersökning som redaktionen beställt. I P4 låg tyngdpunkten på EU:s roll och påverkan på vardagslivet i Sverige i form av granskning, analys och kunskapsförmedling. Exempelvis intervjuades kandidater till EU-parlamentet i P4 Extra, och lokalt lade P4-kanalerna tonvikt på att koppla ihop besluten i Bryssel med den egna vardagen. En externproducerad serie om EU i tio avsnitt köptes in för sändning i lokala kanaler vilken bland annat tog upp miljöfrågor, jordbrukspolitik, bidragsformer och arbetsmarknad.

*Ekot* genomförde flera satsningar vid sidan av en omfattande nyhetsbevakning: utfrågningarna av partiernas toppkandidater, slutdebatt inför publik samt valvaka i P1. Där rapporterades från nio partiers valvaka i Sverige och direkt på plats från Bryssel, Berlin, Budapest, Paris, Rom, Warszawa och London.

*Ekots* satsning ”#500 miljoner” märktes både lokalt och i *Ekot* och *Studio Ett* samt i utfrågningar och slutdebatt. *P1 Morgon* och *Studio Ett* sände också på plats i olika europeiska städer.

Specialistredaktionernas bevakning tog sig en rad olika uttryck:

- *Kulturnytt* kartlade vilka kulturfrågor samtliga svenska partier i Europaparlamentet anser vara viktigast att driva i EU, och man förklarade hur EU:s kulturpolitik fungerar. Den europeiska kulturpolitiken debatterades i *P1 Kultur*.
- *Människor och tro* höll i en debatt om kristna värderingar i EU-politiken.
- *Nordegren & Epstein* arrangerade dueller mellan olika politiska företrädare under en EU-vecka där de tog upp ämnen som brottslighet, migration, makt med mera.

- *Vetenskapsradion* genomförde enkäter, dels om toppkandidaternas inställning till den nya gentekniken, dels om hur mycket pengar de svenska partierna vill satsa på forskningsfinansiering inom EU. *Klotet* gjorde program med EU-kandidaterna om hur de vill agera i klimatpolitiken.

Sveriges Radios så kallade ”digitala insatsstyrka” genomförde tillsammans med lokala kanaler och *Ekot* en kartläggning av vad pengarna från EU:s struktur- och investeringsfonder används till i Sverige. Det resulterade i drygt 60 inslag och egna nyheter i *P1-morgon*, *Ekot* och *Lördagsintervjun* samt i 18 lokala kanaler.

Radio Romano sände direkt från flera olika städer med EU-experter, romska EU-val-ambassadörer och romska aktivister som gäster. I sändningarna lyftes samtliga svenska partiers viktigaste frågor. Medverkade gjorde även romska parlamentariker från Slovakien, Ungern och Rumänien. Här hördes också romska gäster som röstade för första gången, såväl äldre som ungdomar. På *sverigesradio.se* fanns inför valet grundläggande information om EU och om valet utformad som en ”skola”.

Sisuradio sände utöver nyhetsbevakning bland annat två olika serier, en valskola på finska och ”Jag och EU” med sverigefinnar.

Sameradion genomförde en rad politikerintervjuer och sände en serie med frågor om EU och röster om samiska frågor i EU.

Meänraatio bevakade EU-valet med inslag, studiogäster, intervjuer och enkäter.

Radio Sweden gjorde en rad specialsatsningar på de olika minoritetsspråken och på lätt svenska. EU-valet bevakades på de fem nationella minoritetsspråken genom möten med väljare, lokala kampanjarbetare och intervjuer med politiker på de fem språken. De engelskspråkiga sändningarna innehöll egna intervjuer med partiernas toppkandidater. På arabiska, somaliska, kurdiska och persiska sändes dagliga versioner av *Ekots* toppkandidatintervjuer.

*Klartext* rapporterade i samband med valet om att många EU-länder fortfarande saknar rösträtt för personer med intellektuell funktionsnedsättning. Programmet hade också en längre intervjuserie med partiernas toppkandidater där fokus låg på frågor om tillgänglighet och funktionsrätt på EU-nivå.

*Juniornyheterna* samlade in och besvarade frågor om både valet och EU som helhet från skolklasser runt om i Sverige. Frågorna kunde gälla allt från hur platser i parlamentet fördelas till varför Sverige inte har euro.

## 7.3 Kulturuppdraget

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

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

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

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 9)

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

### 7.3.1 Fördjupat, vidgat och utvecklat utbud

Efter valet 2018 har *Kulturnytt* och *P1 Kultur* fortsatt med bevakning av kulturpolitikens effekter, såväl kommunalt och lokalt som på riksnivå. Flera lokala kanaler har under 2019 följt upp konsekvenserna av valet, och Sveriges Radio har i ett utvecklat samarbete mellan lokala redaktioner i P4 och P1:s rikskulturredaktioner i Stockholm, Göteborg och Malmö fört samman ett nationellt perspektiv med konkreta lokala exempel.

Kultur- och värderingsfrågornas plats i samhällsdebatten växer kontinuerligt vilket märks på många håll i Sveriges Radios utbud. Det kan vara i exempelvis debatterande och granskande program som *P1 Kultur* och *Filosofiska rummet*, eller genom medverkande kulturpersonligheter i program som *Morgonpasset* i P3, *Sommar och Vinter* i P1, *P4 Extra* och *Söndagsintervjun* i P1.

*Kulturnytt* har under året fått ytterligare en sändningstid i P1 under morgonen, och programmets övriga två sändningar i samma block har utvecklats med ökad lyssning som ett resultat.

*Litteraturveckan* i P1 utökades under 2019. Under en vecka i april ägnades kulturprogrammen i P1 helt åt litteratur och läsning, och en lång rad aktiviteter, lyssnarinteraktioner och inslag gjordes från hela landet. Veckan avslutades med sändningar från stadsbiblioteket i Växjö med utdelningar av *Sveriges Radios Romanpris*, *Sveriges Radios Lyrikpris* och *Sveriges Radios Novellpris* vid en särskild litteraturgala i Växjö. I samband med *Litteraturveckan* utlystes också Sveriges Radios nya skrivartävling för unga, *Berätta en bild*.

Under 2019 har Sveriges Radio Drama utökat serieutbudet utifrån förändrade lyssnarbeteenden och efterfrågan. Lyssnaren kan välja mellan längre spänningsdrivna serier, relationskomedier och samtidssatirer. I *UFO-podden* i P3 möts de specialintresserade lyssnarna, och i exempelvis *Skymningsland* eftersträvas ett mer intimt tilltal.

### 7.3.2 Bevakning, spegling och granskning

Det granskande uppdraget för *Kulturnytt* består av två delar – dels nyhetsjournalistik inom kulturlivet, dels recensionsverksamhet och kritik som bevakar och diskuterar aktuell utgivning och premiärer inom alla konstområden. *Kulturnytt* produceras och sänds i olika upplagor anpassade för kanalerna P1, P2 och P4. *Kulturnytt* och *P1 Kultur* har gemensamma redaktionella planeringsfunktioner placerad på sändningsorterna Stockholm, Göteborg och Malmö, och har också fasta medarbetare i Umeå och Luleå. Mängden inslag och recensioner från andra orter än storstäderna har ökat under 2019.

*Kulturnytt* har granskat hur elever i glesbygd får försämrade möjligheter att gå i kulturskolan. Dessutom har *Kulturnytt* bland annat bevakat scenkonstbiennalen i Sundsvall, Bergmanveckan på Fårö, Carls filmfestival i Karlskrona, Göteborgs konstbiennial och Malmö filmdagar.

*Kulturnytt* och *P1 Kultur* har också bevakat de många olika händelserna kring och konsekvenserna av krisen inom Svenska Akademien, förtroendet för Nobelpriset såväl i Sverige som övriga världen, samt krisens påverkan på litteraturen. De två litteraturpristagarnas verk samt den politiska och litterära diskussion som uppstod såväl i Sverige som utomlands har skildrats och analyserats.

I samtliga lokala P4-kanaler hörs återkommande bevakning och granskning av det lokala kulturlivet – här är ett antal exempel under 2019:

- P4 Gotland har granskat *Bergmancentrets* ekonomi som konsekvens av den nya statsbudgeten.
- P4 Jönköping har granskat kulturhuset Spira i och med en konflikt mellan chefer och personal.
- P4 Kristianstad har granskat konsekvenserna av sänkta utvecklingsbidrag till skånska kulturverksamheter .
- P4 Norrbotten med flera kanaler granskade konsekvenserna av kulturskolornas förändrade förutsättningar.
- P4 Sörmland har bevakat evenemanget Folk och kultur i Eskilstuna och uppmärksammat hur konst inom sjukvården väcker starka känslor.
- P4 Stockholm har granskat konsekvenserna av flytten av det internationella biblioteket.
- P4 Västmanland har granskat missförhållanden på läns museet.
- P4 Örebro har granskat ekonomin för konstevenemanget Open Art – och de stora nedskärningarna på Örebro länsteater vilka medfört att många skådespelare har lämnat teatern.
- P4 Östergötland har granskat Östgöta teatern i och med besparingar efter en brand och hur Östergötlands läns museum har påverkats av stängningen i och med en 1 000 dagar lång renovering.

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

*PP3* i P3 har bevakat och diskuterat populärkultur, nöjesliv och fenomen för en ung publik.

*P3 Nyheter* rapporterar löpande om populärkulturnyheter och granskar området i frågor som är relevanta för målgruppen.

I *Lundströms Bokradio* möter lyssnaren svenska och utländska författare i samtal kring litteratur och skrivande. I programmet ingår också *Bokcirkeln* där flera olika deltagare pratar om en boks innehåll och sin egen läsning av den.

### 7.3.3 Kulturproduktion

Sveriges radios kulturproduktion spänner över ett brett fält, från dramatik i flera kanaler, via specialskrivna ljudberättelser till olika slags föreställningar, ofta tillsammans med lokala kulturaktörer. Därtill finns Sveriges Radios musikutbud och Berwaldhallen (se avsnitt 7.3.6 och 7.3.7).

Sveriges Radio Drama producerar och utvecklar radiodrama för P1, P3 och P4 och en växande publik för poddformatet:

- P1 Drama-serien *Testamentet* producerades i Luleå där berättelsen, upphovspersonerna och medverkande hade lokal förankring.
- En hybrid mellan drama och dokumentär var *Om 25 minuter är jag död* från Malmö. Debatten om identitetspolitik och rasifiering gestaltades i *Rasresan* som byggde på upphovspersonernas egna erfarenheter.
- I P3-serien *Sviten* skildrades Stockholmselitens finrum i en berättelse om klass och tillhörighet, gränslöshet och utnyttjande. *UFO-podden* i P3 går in på sin fjärde säsong. Inför kommande säsong är lyssnarna delaktiga i att bestämma innehållet i poddarna.

I *Radionovellen* hörs verk av svenska författare specialskrivna för Sveriges Radio. 2019 nominerades fem av novellerna från 2018 av jurygrupper från Öland och Småland till *Sveriges Radios Novellpris*. Vid finalen för *Litteraturveckan i P1* delades priset ut till Annika Norlin som röstats fram av lyssnarna för sin novell *Mattan*. Vinnaren av Sveriges Radios skrivartävling för unga *Berätta en bild*, Moa Backe Åstot, fick sin berättelse som utspelar sig i en renskötarmiljö, *En liten röd droppe*, utsänd under *Litteraturveckan i P1*.

*Sommar i P1* producerade i samarbete med Berwaldhallen en önskekoncert i P2 för att lyfta fram musikens betydelse i programmen.

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

- P4 Gävleborg har producerat novellen *Blekta baddräkter* av Karin Nilsson i fyra delar som radioteater. Kanalen har också producerat och sänt författaren Ulf-Ivar Nilssons historiska krönikor och Niklas Folkegårds humoristiska krönikor.
- P4 Jönköping har producerat konserter inför publik med lokala artister i Sveriges Radios lokaler, och P4 Stockholm har sänt *Musikplats Stockholm* varje vecka.
- P4 Kristianstad har producerat musikunderhållning för en bred familjepublik i *Familjekväll*.
- P4 Väst har producerat veckosatir i programmet *Framåt fredag*, och SR Västernorrland har producerat samhällssatir i form av skådespelaren Jens Nilsson som nyhetskonsument, varje fredag morgon.

69 (69) procent anser att *SR är viktigt för kulturupplevelser*.

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

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

<sup>31</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2019. Siffrorna inom parentes avser 2018.

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Förstasändning</b>	9 728	9 523	9 025	8 995	9 052	8 219
<b>Parallelsändning</b>	724	776	928	902	903	836
<b>Repris</b>	1 114	1 474	1 505	1 414	1 459	1 551
<b>Totalt</b>	<b>11 567</b>	<b>11 773</b>	<b>11 458</b>	<b>11 311</b>	<b>11 413</b>	<b>10 606</b>

Minskningen av antalet timmar kultur 2019 kan hänföras till nedlagda kanaler.

### 7.3.4 Tillgängliggöra kultur

P4-kanalerna tillgängliggör det lokala kulturlivet, lyfter fram och speglar lokala musiker och artister genom exempelvis evenemanget *P4 Nästa*.

*Sveriges Radios Romanpris* i P1 uppdrog till en lyssnarjury att utse årets vinnare efter läsning av de nominerade böckerna. Juryns överläggningar sändes i radio, och 2019 tilldelades Sara Stridsberg priset för "Kärlekens Antarktis". Myndigheten för tillgängliga medier (MTM) säkrar att de böcker som är nominerade finns tillgängliga som talböcker.

*Dagens dikt* i P1 introducerar klassisk lyrik men också nyskriven dikt och författarskap från hela världen. Under *Litteraturveckan* i P1 lyftes *Dagens dikt* fram med direktsändningar från arbetsplatser i Småland, och verken som lästes hade valts ut av lyssnare under rubriken *Folkets dikt* i P1. Under finalkvällen tilldelades Matilda Södergran *Sveriges Radios Lyrikpris* för diktsamlingen *Överlevorna*. Boken *F som i sämst* av Cilla Jackert vann *Barnradions bokpris*, som utses av en jury med barn mellan 9 och 12 år. Jurysamtalen och tillkännagivandet av vinnaren sändes i P1 och P4 under höstlovet vecka 44.

Kultur tillgängliggörs också i lokala kanaler och i minoritetsspråksutbudet. Några exempel:

- P4 Sjuhärad har sänt i samband med det lokala eventet *Sommartorsdagarna* där lokala artister har intervjuats och framfört sin musik. Många av Sveriges Radios lokala kanaler har regelbundna programinslag där man lyfter fram och tillgängliggör lokala artister och deras musik, som P4 Gotland, P4 Kristianstad, P4 Sörmland, P4 Uppland, P4 Värmland, P4 Västernorrland, P4 Västmanland och P4 Östergötland.
- I P3 *Din Gata Varje* presenteras varje vecka en icke etablerad artist, oftast från Malmöregionen, som får möjlighet att framföra låtar i ett morgonprogram.
- Radio Romano sände ut *En oförglömlig historia – Trajosko drom* som sattes upp på Södra Teatern i Stockholm i mars.

### 7.3.5 Samarbeten med kulturinstitutioner

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

SR Drama har i samarbete med *Göteborgs stadsteater* medverkat under manus- och repetitionsprocessen och tagit fram en stor del av scenografin till scenteaterföreställningen *Ship of Fools*.

I samarbete med Dramaten har *Svenska Berättelser* producerats, där människor berättar sin egen historia i P1 och på scenen Elverket. Bland annat gjordes specialföreställningen *De sista rösterna från förintelsen* med anledning av förintelsens minnesdag. *Svenska berättelser* har också samarbetat med olika berättarfestivaler i landet. Dokumentärprojektet *Min flykt* har arrangerat en läsning på Elverket av de berättelser som strömmat in via sociala medier efter att dokumentären *Min flykt* sänts i radio.

Dokumentärprojektet *Bye, bye bror* om män och våld har samproducerats med *Teater Fryshuset* och *Riksteatern*.

I *P2 Live* hörs konstmusik, opera, folkmusik och jazz från ett stort antal festivaler och institutioner som programmet samarbetar med, och programmet är en mycket viktig plattform för mötet mellan radiopublik och svenska kulturinstitutioner. Under 2019 hördes musik i *P2 Live* från exempelvis jazzfestivalerna i Stockholm, Ystad och Umeå, och från folkmusikfestivalen Urkult i Näsåker. I *P2 Live* och *P2 i Parken* har samarbeten genomförts med bland andra Wermland Operas orkester, Göteborgs symfoniker, Norrköpings symfoniorkester och Norrlandsoperans symfoniorkester.

Lokala kanaler står också för en mängd samarbeten med lokala och regionala kulturaktörer, exempelvis:

- P4 Uppland har producerat *Författarfredagar* där aktuella författare intervjuats i samarbete med Stadsbiblioteket i Uppsala.
- P4 Örebro har producerat musik av lokala artister i sina sändningar i samarbete med Nerikes Allehanda och Svenska kyrkan.
- P4 Kalmar är delarrangör vid *Litteraturfestivalen i Vimmerby* med fokus på barn-och ungdomslitteratur.
- P4 Blekinge har samarbetat med *Musik i Blekinge* där lokal musik har lyfts fram och sänts via den lokala *Topplistan*.

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Rikskanaler	752	700	755	764	723	457
Lokala kanaler	1 649	1 483	1 940	2 250	2 017	1 723
<b>Totalt</b>	<b>2 401</b>	<b>2 183</b>	<b>2 695</b>	<b>3 014</b>	<b>2 740</b>	<b>2 180</b>

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Rikskanaler	1 014	842	820	871	818	679
Lokala kanaler	778	1 040	2 143	2 783	2 785	842
<b>Totalt</b>	<b>1 792</b>	<b>1 882</b>	<b>2 963</b>	<b>3 654</b>	<b>3 603</b>	<b>1 521</b>

Huvuddelen av minskningen är en konsekvens av P5 Sthlms nedläggning. En stor del av kanalens sändningstid var från en studio i Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm.



### 7.3.6 Musik

Musik är en stor del av Sveriges Radios kulturuppdrag. 57 procent av det totala marksända utbudet utgörs av musik. Det ska präglas av bredd och allsidighet, av kulturell och språklig mångfald och spänna över många genrer inom konst- och populärmusik. Musik från hela världen och landet spelas.

Musik finns som flöde i programmen, i specialprogram om genrer, epoker och artister och som konserter. Sveriges Radio arbetar för att främja musiklivets utveckling och introducerar ny musik och nya talanger. 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 av den spelade musiken som ska vara svenskproducerad. En utgångspunkt för musikurvalet är också en jämn fördelning mellan manliga och kvinnliga utövare. Avsikten är att bidra till ett mer jämställt musikliv. 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.

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

Sveriges Radio har därför en omfattande egen produktion och utsändning av levande musik till hela landet i form av konserter och andra evenemang. Musiker och artister bjuds in till lokala kanaler för att medverka i direktsändning.

Musik är en av de starkaste drivkrafterna bakom publikens val av radiokanal. I takt med digitaliseringen, och framförallt framväxten av strömmad musik, har radions roll förändrats. Ett strategiskt arbete kring musikens roll i Sveriges Radio utifrån ett treårsperspektiv och med publikt fokus har därför inletts under året.

Mångfald och spegling hörs inte minst i urvalet av musik och gäster. Här täcks musik från stora delar av världen in i olika genrer, och det är en självklarhet att artister med olika slags bakgrund hörs i programmen.

De musikjournalistiska programmen i P3 och P4 har och håller ett jämställdhetsmål gällande artister som spelas i FM-programmen.

#### 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 musikjournalistik som speglar och granskar musikvärlden i bland annat *Musikguiden*. 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 såväl de välkända namnen som unga, oetablerade och i första hand svenska artister. Samarbeten med externa aktörer görs kontinuerligt. Musikfestivaler från olika delar av landet präglar musikutbudet i P3 sommartid. Musikguiden bevakade i år Brännbollsyran i Umeå, Lollapalooza i Stockholm, Roskildefestivalen, Öland Roots och Way out West från Göteborg. P3 erbjöd bland annat publiken en

intim spelning med Veronica Maggio från Vaxholms Kastell, en konsert som lottades ut som vinst i Musikhjälpen 2018 och där ett fåtal personer fanns på plats på konserten som direktsändes i P3.

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

I P4 sänds musikprogram som *P4 Dans* och *Svensktoppen* och *P4 Musik*, som är ett journalistiskt musikmagasin med fokus på svensk musik, och *Jukeboxen i P4*, ett underhållande musikprogram som blandar berättelser och musikaliska återblickar. I programmet *Backstage* medverkar artister i samtal blandat med egeninspelad livemusik i studio.

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

Sveriges Radio har också gjort speciellt producerade fördjupande musikprogram i poddformat. *P3 Musikedokumentär* har under året porträtterat flera av populärmusikens största ikoner.

## Konstmusik

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

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

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

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

Evenemanget *P2 i Parken* är utomhuskonserter i Sommarsverige med välkänd klassisk musik riktad till en bred publik. *P2 i Parken* är ett samarbete mellan P2 och tre orkestrar utanför Stockholm: Wermland Operas orkester, Norrlandsoperans Symfoniorkester och Norrköpings Symfoniorkester. I samarbetet deltar också de tre kommunerna Karlstad, Umeå och Linköping samt den lokala P4-kanalen i respektive ort.

Sveriges Radio beställer varje år ny musik av framför allt svenska tonsättare åt Sveriges Radios Symfoniorkester, Radiokören och P2. Förutom att genom beställningarna bidra till ett levande svenskt musikliv och vara med och skapa framtidens musikskatt är en av utgångspunkterna för beställningsverksamheten ett jämställt musikutbud. Sveriges Radio beställer musik av kvinnliga och manliga tonsättare för uppförande runt om i landet, exempelvis till Båstad Kammarmusikfestival 2020, Kammarensemblen Neo i Piteå och Norrbotten Big Band. I P2:s satsning på kvinnors musik har kanalen under året lyft fram 200-årsjubilerande tonsättaren Clara Schumann, både i form av klingande musik och dokumentärer som skildrar hennes liv.

## 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*. Evenemanget engagerar publiken att vara med och nominera såväl nykomlingar som de mest populära jazzartisterna i Sverige. *P2 Jazzkatten* görs i samarbete med jazzklubb

Fasching i Stockholm. Hälften av utbudet har kvinnlig medverkan, det vill säga med kvinnor som bandleddare eller i annan framskjuten roll. P2 spelar in och direktsänder jazzmusik från olika delar av landet, exempelvis från jazzfestivalerna i Ystad och Umeå.

### **Folk- och världsmusik**

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

Utbudet finns främst i P2 och dominerar helt i programmet *Klingan* och i den digitala kanalen P2 Världen.

Utbudet formas av samarbeten med svenska arrangörer och en stor andel musik med svenska utövare och upphovsmän samt även internationella utblickar.

P2 direktsänder från folk- och världsmusikfestival Urkult i Näsåker med musik från hela världen och med många publika röster på plats och med P2:s eget beställningsverk *Transformationer* av och med Lisa Långbacka.

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 (European Broadcasting Union) 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. Ensemblernas existens är en förutsättning för detta utbyte, och i förlängningen kanalen P2:s existens och utbud.

För P3:s del samarbetar Musikguiden-redaktionen med EBU och har en invald representant i EBU Eurosonic Group och medverkade under musikfestivalen Eurosonic Noorderslag. Under festivalen delas EBBA (European Border Breakers Award) ut till artister som nått störst framgång utanför sitt hemland.

### **Sveriges Radios musikkanaler i DAB och på internet**

Under året har Sveriges Radio lagt ner DAB-kanalerna P2 Klassiskt, P2 Världen och P3 Star. SR sände heller inte julkanalerna P2 Klassisk jul och P4 Bjällerklang under 2019. Stora förändringar på den globala ljudmarknaden och människors förändrade sätt att konsumera musik ligger bakom beslutet. Lyssnare efterfrågar inte unika, nischade kanaler på samma sätt som när Sveriges Radio startade de digitala kanalerna i början av 2000-talet. Det påverkar också totala antalet sändningstimmar.

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Fonogrammusik</b>						
Förstasändning	80 764	80 247	78 904	79 105	77 238	64 583
Parallelsändning	5 670	5 765	5 972	5 993	6 066	4 797
Repris	1 362	1 399	1 568	1 636	1 546	1 620
<b>Totalt fonogrammusik</b>	<b>87 796</b>	<b>87 410</b>	<b>86 444</b>	<b>86 734</b>	<b>84 850</b>	<b>71 000</b>
<b>Levande musik</b>						
Förstasändning	5 370	6 970	6 935	6 887	6 833	6 109
Parallelsändning	30	25	0	0	0	0
Repris	127	129	125	111	108	107
<b>Totalt levande musik</b>	<b>5 526</b>	<b>7 124</b>	<b>7 060</b>	<b>6 998</b>	<b>6 941</b>	<b>6 216</b>
<b>Totalt musik</b>	<b>93 321</b>	<b>94 534</b>	<b>93 504</b>	<b>93 732</b>	<b>91 792</b>	<b>77 216</b>

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Fonogrammusik</b>						
Populärmusik, olika genrer	74 003	75 150	74 142	74 579	72 761	63 179
Konstmusik	8 274	6 658	6 739	6 707	6 664	4 845
Jazzmusik	189	278	349	273	260	240
Folkmusik	5 330	5 325	5 213	5 175	5 165	2 736
<b>Totalt fonogrammusik</b>	<b>87 796</b>	<b>87 410</b>	<b>86 444</b>	<b>86 734</b>	<b>84 850</b>	<b>71 000</b>
<b>Levande musik</b>						
Populärmusik, olika genrer	1 718	1 758	1 652	1 646	1 571	1 615
Konstmusik	3 468	5 127	5 168	5 113	5 100	4 393
Jazzmusik	245	159	160	159	180	139
Folkmusik	95	80	80	80	90	69
<b>Totalt levande musik</b>	<b>5 526</b>	<b>7 124</b>	<b>7 060</b>	<b>6 998</b>	<b>6 941</b>	<b>6 216</b>
<b>Totalt musik</b>	<b>93 321</b>	<b>94 534</b>	<b>93 504</b>	<b>93 732</b>	<b>91 792</b>	<b>77 216</b>

Som framgår av tabellen ovan minskar den totala mängden musik i Sveriges Radio. Mer än hälften av nedgången utgörs av en minskning av populärmusik vilket beror på nedläggningen av DAB-kanalen P3 Star samt P5 Sthlm. Resterande minskning av musiken härrör från andra DAB-kanaler som lagts ner.

### 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 2019, p.12)

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. Samtliga konserter från Berwaldhallen sänds i P2, och konserthuset kan därmed sägas vara Sveriges största som når en stor publik som annars har långt till en institution av detta slag.

Ensemblerna har under året gästspelat på olika ställen utanför Stockholm. Radiokören har varit i Örebro och Norrköping, medan Sveriges Radios Symfoniorkester gästspelat i Göteborg och Västerås.

Nyskriven svensk musik har spelats i Berwaldhallen. Sveriges Radios Symfoniorkester har uruppfört musik av Katarina Leyman och Albert Schnelzer. Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören har hyllat den under året avlidne tonsättaren Sven-David Sandström.

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

Under 2019 har exempelvis dirigenterna Anna-Maria Helsing, Karina Canellakis och Kathrine Winnes besökt Berwaldhallen och Sveriges Radios Symfoniorkester. Under ledning av konsertmästare Malin Broman har orkestern spelat musik av kompositören Fanny Mendelssohn. Även tonsättaren Unsuk Chin har stått på programmet och chefsdirigent Daniel Harding har under säsongen gjort konserter med flera stora internationella kvinnliga violinister som Isabelle Faust, Hilary Hahn och Carolin Widman.

Radiokören mötte sångerskan och kompositören Ane Brun som själv skrivit en stor del av musiken som framfördes.

Radiokören gör kontinuerliga samarbeten med andra kulturinstitutioner. I år bland annat med Norrköpings Symfoniorkester och Eric Ericsons kammarkör i Allan Petterssons 12:e symfoni. Radiokören har också under året samarbetat med Svenska Kammarorkestern i Örebro.

Körens internationella rykte gör att även orkestrar utanför Sverige gärna samarbetar. Radiokören återvände 2019 till Japan på turné.

Konsertverksamheten med Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören förutsätter ett möte mellan internationella artister, Sveriges Radios egna musiker och sångare och den publik som besöker ensemblernas konserter. Utbytet görs i form av gästande dirigenter, solister och artister som kommer till Berwaldhallen, och av turnéverksamhet. Detta är en grundförutsättning för att kör och orkester fortsätter att prestera på internationell toppnivå. Här får man tillfälle att exponera ensemblerna och att skapa nya kontakter för fortsatt samarbete. Sveriges Radios Symfoniorkester medverkade för andra året i rad i internationella Anima Mundi-festivalen i Pisa tillsammans med chefsdirigenten Daniel Harding.

Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören bidrar till det internationella musikutbytet genom att erbjuda merparten av konserterna till EBU, och får i gengäld utan extra kostnad tillbaka högkvalitativa konserter från andra public service-bolag i Europa som exempelvis BBC och Bayerischer Rundfunk, och som kan erbjudas P2-lyssnarna.

## Beställningsverksamheten

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

Sveriges Radio beställer varje år ny musik direkt för de egna ensemblerna, symfoniorkestern och Radiokören. Utgångspunkten för beställningsverksamheten är ett jämställt musikutbud.

Under året har Radiokören beställt ett verk av tonsättaren Unsuk Chin. Hennes preludium för 40-stämmig kör uruppfördes vid körens jubileumskonsert i anslutning till Berwaldhallens 40-årsfirande.

Sveriges Radios Symfoniorkester har beställt verk av den brittiske tonsättaren Harrison Birtwistle och en cellokonsert av den svenska tonsättaren Victoria Borisova-Ollas.

## Samarbeten

Berwaldhallen strävar efter att öppna verksamheten för fler genom att ständigt testa nytt både vad gäller konsertformer och programsättning. Berwaldhallen utvecklas också till en mötesplats för samtal om konstens och musikens roll i ett demokratiskt samhälle. Därför anordnades 2019 det fjärde *Rikstinget för västerländsk konstmusik* av Berwaldhallen tillsammans med Kungliga Musikaliska Akademien och Svensk Scenkonst. Representanter från svenskt kultur- och musikliv träffades i Radiohuset med målet att stärka konstformens roll i samhället.

Andra samarbeten under 2019 har till exempel varit med El Sistema där barn och föräldrar från flera olika Stockholmsförorter medverkat.

På nyinvidga Nationalmuseum i Stockholm framförde Radiokören verk från den tidsepok som rummets tavlor representerar. I samarbete med Polarpriset anordnade Berwaldhallen och *Ekot* en helkväll om Afghanistan, med paneldebatt om situationen i landet och påföljande konsert med Afghanistan National Institute of Music (ANIM) och med en orkester som den här kvällen enbart bestod av kvinnliga musiker.

## Kammarmusik i Berwaldhallen

Musik för mindre sättning än stor orkester finns representerad i Berwaldhallen, i serien *Chamber unplugged*. Musik av kvinnliga tonsättare har stått på programmet, som till exempel Cecilia McDowall, Louise Farrenc och Johanna Beyer.

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

Radioapan gör konserter för den allra yngsta publiken, och barnen har också kunnat gå på konsert i Mumindalen med Muminensemblen och varit med och sjungit Lennart Hellsings barnsånger i en sing-a-long tillsammans med Sollentuna Musikklasser.

För ungdomar och unga vuxna finns *Moment 23* med fri entré till ordinarie konserter för alla under 23.

## Sveriges Radios ensembler i SR:s kanaler

Eventkonserterna med filmmusik, spelmusik och ”Svenska stjärnor” sänds i huvudsak i P4, med syftet att erbjuda lyssnarna utvidgade perspektiv och annorlunda repertoar.

Samtliga klassiska konserter sänds i P2. Nytt för 2019 är att publiken erbjuds att ta del av konserten, på plats eller via sändning, vägleda av två av P2:s mest välkända programledare med uppdraget att fördjupa innehållet och upplevelsen.

Ensemblerna har samarbetat med andra delar av Sveriges Radio. I *Nordegren & Epstein* i P1 har till exempel medlemmar ur orkestern berättat om sitt instrument i korta inslag som en del av Sveriges Radios folkbildande uppdrag för en bredare publik. Chefdirigent Daniel Harding medverkade i *Europapodden* som gästade Berwaldhallens scen.

### **Östersjöfestivalen**

Musik, miljö och ledarskap har varit Östersjöfestivalens grundpelare under åren. Inbjudna orkestrar, solister och dirigenter från regionen gästade i slutet av augusti Berwaldhallen.

Under sju festivaldagar med klassisk musik kombinerades en ny form av samtal där personer från Östersjöregionen möttes för samtal om hållbarhet och musik, och som livesändes via internet till samtliga länder i regionen.

Benjamin Britzens verk *Noaks ark* med många unga och barn på scenen inledde festivalen. Höjdpunkter under årets festival var bland annat Esa-Pekka Salonens tolkning av Richard Wagners *Rhenguldet* med gästspel från Finlands nationalopera. Sveriges Radios Symfoniorkester gjorde tillsammans med förste gästdirigent Klaus Mäkelä ett program med havstema, och tillsammans med Radiokören avslutade Sveriges Radios Symfoniorkester festivalen med Johann Sebastian Bachs h-mollmässa.

Konsertintroduktioner och en serie miniseminarier kring miljö- och ledarskapsfrågor genomfördes också i samarbete med Sveriges Radios Kulturredaktion.

Konserterna sändes i P2 och via internet, och flera av konserterna erbjuds också EBU:s medlemsföretag.

### **Berwaldhallen firade 40-årsjubileum**

Sveriges Radios Konserthus och tillika dess största radiostudio invigdes i november 1979, och under 2019 firade konserthuset detta med en jubileumsserie.

Konserten *Disco '79* inledde jubileet. Andra konserter som ingick i serien var bland annat en helkväll med Radiokören och en med Sveriges Radios Symfoniorkester. Chefdirigent Daniel Harding ledde också ensemblerna i Gustav Mahlers tredje symfoni med solist Anne Sofie von Otter.

Firandet under året avslutades med en jubileumskonsert kallad *40 år av musik: Fanfar för Berwaldhallen*.

### **7.3.8 Nordisk kulturgemenskap**

Sveriges Radio har långvariga och starka relationer och samarbeten med public service-bolagen i de andra nordiska länderna, norska NRK, isländska RUV, finska YLE och danska DR. Det gäller ofta utbyte av kunskaper och erfarenheter kring publik- och omvärldsfrågor, program- och kompetensutveckling, HR-frågor samt frågor om teknik och distribution. Bolagen har också haft möten på vd-nivå för strategiskt kunskapsutbyte.

Även på redaktionell nivå sker sådan samverkan. Analytiker och producenter från DR och NRK medverkade exempelvis med erfarenheter av publikarbete och programutveckling vid SR Kultur & Samhälles årliga medarbetarkonferens i augusti. SR Drama möter årligen de andra nordiska dramareaktionerna för att utbyta erfarenheter, inte minst av poddvärlden. Även livsåskådningsredaktionen har liknande erfarenhetsutbyten.

Programmet *Norsken, svensken och dansken*, producerat av NRK, tog upp skillnader och likheter inom kultur- och samhällsdebatt i Norge, Sverige och Danmark tillsammans med medverkande från de tre länderna.

Sveriges Radio har vidare bidragit när de övriga nordiska programbolagen startat serier som liknar *Sommar i P1*. Vid några tillfällen har det skett samarbeten kring personer som medverkar.

Sisuradio och Sameradion står för en viktig del av samarbetet, liksom P4-kanaler som gränsar till ett nordiskt grannland. Ett exempel är P4 Väst som har ett löpande samarbete med NRK i Östfold, där redaktionen medverkar om svenska förhållanden som är intressanta för den norska publiken.

Ett annat konkret samarbete kring innehåll är *P1 Dokumentärs* ”Danskjävlar”, där Sveriges Radio och DR arbetat ihop, delfinansierat via Nordvision, liksom den kommande serien ”I dag ska vi inte dö”, som görs i samarbete med NRK.

Sveriges Radios korrespondenter medverkar återkommande i program från NRK och YLE.



## 7.4 Barn och unga

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

SR ska särskilt utveckla programverksamheten för äldre barn och unga.

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 10)

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

Det mesta av Sveriges Radios utbud för barn och ungdomar är nyproduktion. För radiobolag finns inte samma möjligheter som för tv-bolag att köpa in externa produktioner från andra länder. För ett renodlat ljudmedium utgör de olika språken ett hinder.

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

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

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Barn upp till 12 år	5 372	5 374	5 325	5 311	5 311	5 307
Ungdomar 13–19 år	20 067	14 907	14 924	15 044	15 015	10 661

Minskningen av utbudet för unga beror på att DAB-kanalen P3 Star slutade sända vid halvårsskiftet. Hur förändringen påverkar respektive programkategori för målgruppen framgår av tabell 20.

### 7.4.1 Barnutbudet

Sveriges Radios svenskspråkiga barnutbud riktar sig till två målgrupper: yngre barn upp till åtta år och barn 9–12 år. Merparten av FM-utbudet sänds i familjekanalerna P4. Under sommaren sänds delar av utbudet också i P1. Barnradion har sin huvudredaktion i Göteborg.

Barnprogram på de nationella minoritetsspråken sänds i P2, och detta utbud redovisas i avsnitt 7.6. För mindre barn finns Radioapans knattekanal i DAB kl. 06–20 alla dagar året om. Kanalen innehåller välkända visor och musik, och Radioapan bidrar med finurliga texter mellan låtarna.

Det utbud som beskrivs i detta avsnitt är i huvudsak marksänt. Hela utbudet kan även lyssnas på via internet, linjärt eller on demand. Barnradion producerar också specialbeställda poddar för digital lyssning, se avsnitt 6.2.

## Barnradion på Sveriges Radio

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

2019 vann Barnradion återigen priser vid New York Radio Festival, ett guld, ett silver och två brons för *När Findus var liten*, *Turid – en vikingasaga*, *Historien om Bodri*, skriven av Hédi Fried, och förra årets valsatsning, *Barnen möter partiledarna*. Barnradion tilldelades även Guldörat från Svenska Radioakademien som årets förnyare för ett ljudäventyr som lanserades för smarta högtalare tillsammans med 2018 års Julkalender.

## Barnradions mål och metoder

Barnradion är till för barnen och ska vara en trovärdig röst som erbjuder barnen en ökad förståelse för tiden och världen vi lever i. Programmen ska förmedla nyheter och fakta till barn utifrån barns egna villkor och erbjuda dem konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen. Innehållet utgår och planeras från ledorden närhet och angelägenhet oavsett om det gäller nyheter, kultur- och samhällsprogram eller musik.

Utbudet ska spegla mångfalden vad gäller normer, klass, bakgrund och funktionsvariation och vara tillgängligt för alla barn.

Återkopplingen till dem som skapar innehållet görs av exekutiv producent eller kanalansvarig, och programmen utvecklas tillsammans med en av Sveriges Radios programutvecklare.

Barnradion måste ha god kunskap om målgruppen och ständigt arbeta med programutveckling. Kunskapen inhämtas genom lyssnings- och fokusgrupper samt besök på skolor och förskolor. Barnradion arbetar aktivt med föräldradiolog för att fånga upp frågor, teman eller önskemål.

## Möten och dialog med barnen

Alla medarbetare på Barnradion förväntas möta barn i målgruppen regelbundet och besöka en förskola, ta emot ett studiebesök eller åka till en skola eller fritidsgård. Vid besöken spelas delar av utbudet upp, deltagarna får kommentera innehållet eller önska nya teman och program. Vid mötet samtalas det också om förståelsen av programmet, hur lyssningen kan utvecklas och hur Barnradion kan möta barnen bättre.

Samarbeten med skolor, som i *Barnradions bokpris*, *Vi i femman* och *Juniornyheterna* eller med förskolor, som i *Bebispodden*, är en förutsättning för att veta vad som behöver utvecklas och vad som fungerar hos målgruppen. I samtalen har medarbetare lärt sig mer om hur äldre barn lyssnar och tar till sig nyheter, hur de närmar sig litteratur och vilka konstnärliga upplevelser de är intresserade av. Denna kunskap påverkar direkt både programinnehåll och utformning. Några exempel från 2019:

- *En sekund i taget* från Drama för unga är ett resultat av direkta önskningar efter program om existentiella och dystopiska frågor i klimtförändringstider.
- *1000 modiga frågor* har fått fler och fler frågor kring psykisk ohälsa och relationer, och då har redaktionen arbetat mer tematiskt med de frågorna.
- *Juniornyheterna* samarbetar varje vecka med skolklasser som bland annat får svara på veckans nyhetsquiz samt tipsa om nyheter. Redaktionen bjuder in skolklasser respektive besöker skolor. Den här dialogen bidrar till en direktkontakt där man pratar om såväl nyheter som så kallade fake

news. Redaktionen kan också lättare anpassa kunskapsnivån till målgruppens intressen. En klassisk nyhet som ostädade skoltoaletter får en ny vinkel efter besök hos en skolklass i Göteborg.

- *Historierummet* berättar om händelser och personer som spelat en avgörande roll genom historien. Till de nya säsongerna har historiska personligheter valts utifrån önskemål från såväl skolklasser som pedagoger.
- *Sov gott med Radioapan* kom till efter uttryckt behov av program som man kan varva ner till och somna till, avsett för de minsta barnen.

Barnradion har samarbetat med skolbibliotek, festivaler och förskolor samt med Berwaldhallen och Melodifestivalen. Tillsammans med Berwaldhallen har Radioapan bjudit in till flera konserter, och under Melodifestivalen turnerade Radioapan med musiker.

För att nå sin målgrupp behöver Barnradion finnas på digitala plattformar och bjuda in till samtal där barnen befinner sig. Barnradions program finns tillgängliga via SR:s öppna API (Application Programming Interface). Dessutom har några program för de äldre barnen funnits på YouTube.

## Programutveckling i FM

För att bibehålla en hög kvalitet på utbudet och ha god kunskap om målgruppen arbetar Barnradion kontinuerligt med programutveckling.

För äldre barn i gruppen 9–12 år är målet att varje år se över och utveckla minst två av produktionerna. 2019 utvecklades sommarlovssatsningen samt nyhetsuppdraget.

Fram till våren 2019 sändes *Nyheter i Barnradion* en gång i veckan på lördagar. För att bättre motsvara en daglig efterfrågan på nyheter och arbeta med tydligare kontinuitet, ökade sändningen från en dag i veckan till sex dagar i veckan. Det nya programmet bytte namn till *Juniornyheter* och flyttade till Göteborg. Redaktionen sänder två minuters nyheter måndag till fredag samt en längre version med tema på lördagar. Temasändningen plockar upp den viktigaste nyheten från veckan och går på djupet. Programmet ökade även sin sändningstid och sänder nu 52 veckor om året mot 42 veckor tidigare.

Den prisbelönta podden *Historierummet* som fram tills i somras bara hade funnits som digitalt erbjudande, arbetades om och sändes i 50 avsnitt under tio veckor under sommaren i FM.

Programutveckling görs också för de minsta barnen:

- Tillsammans med firman Micaela Teater & Musik som producerar föreställningar för barn har Sveriges Radio under 2019 vidareutvecklat *Bebispodden i Barnradions* format och innehåll. Detta har gjorts i samarbete med bland annat logopeder och fokusgrupper bestående av barn och föräldrar.
- Under slutet av året togs ett nytt koncept fram vilket går under namnet *Bebispunk*. Programmet, som ska sändas 2020, vänder sig till barn i 3-årsåldern som är i trotsåldern och som exempelvis vägrar äta.

## Nyheter och fakta

### De yngre barnen

*Barnmorgon med Jonas* sänds varje vardagsmorgon kl. 06.50 i P4 och utgår från ämnen som barn från hela Sverige ringer in om. Programmet är barnens egen hörna och bygger uteslutande på samtal med de mindre barnen, exempelvis när Althea ringer in och pratar om att vara ute i naturen och ha en

hörselskada, när Madiya berättar om hur bra hon är på att laga gröt eller som när Elsa berättar om sin favorit sport basket och sin adhd-diagnos. *Barnmorgon med Jonas* är ett viktigt program för att lyfta fram barn med olika förutsättningar från olika platser i landet och i olika faser i livet, och samtidigt göra det angeläget och roligt. Redaktionen arbetar med att alla ska känna sig delaktiga och kunna identifiera sig med innehållet i programmet.

### De äldre barnen

*Juniornyheter* sänder en nyhetsuppdatering med barnen i fokus måndag till fredag samt ett specialavsnitt på lördagar. Programmet tar upp såväl inrikes- och utrikesnyheter, som underhållning och sport. Barn från hela landet, som lever under olika ekonomiska villkor samt barn med funktionsvariationer, medverkar och pratar om sina intressen och utifrån sin expertis.

Det finns ett nära samarbete med lokala P4-stationer och barnrelaterade nyheter från hela landet hörs i programmet. Det kan handla om en skoltoalett i Göteborg, om en elev i Kiruna som älskar renskötsel eller om strejkande skolbarn i Malmö. De längre tematiska sändningarna har tagit upp ämnen som handlar om hur en klass i Luleå kämpar för att deras skola ska finnas kvar, varför det brinner i Amazonas, deepfake och om hur man med teknikens hjälp kan mixtra med sanningen.

Programmet har varje vecka kontakt med skolklasser runt om i Sverige. På Juniornyheter nas instagramkonto uppmuntras följarna till att föra dialog med och att ställa frågor till redaktionen.

Varje vecka sänds ett sportreportage i *Juniorsporten* där barn medverkar och hörs. I reportagen läggs vikt vid de socioekonomiska aspekterna av olika sporter men även hur träning fungerar med funktionsnedsättning.

I *Juniorsporten* har lyssnaren kunnat lära sig hur man tränar judo med synnedsättning och hur man kan spela pingis trots muskeldystrofi som framför allt begränsar fotarbetet. Programmen har bland annat också tagit upp hur en bra tränare ska vara. I ett reportage berättades om Huddinge brottarklubb som håller till i ett garage i ett bostadsområde i södra Stockholm. Skjutningar som drabbat området det senaste året gör att föräldrarna inte låter sina barn gå vart som helst. Men hit får de komma, nedför trappan och in till Huddinge brottarklubb.

Till programmet *1000 modiga frågor* kan barn skicka in sina frågor om känslor, kropp, skilsmässa, pubertet med mera. Frågorna besvaras av äldre barn som har passerat målgruppens ålder, och vid sin sida har de kurator och sexolog som bistår med svaren. Programmen bygger på dialog med, och mellan, barn. Programmet sänds i FM, och varje vecka görs en förkortad version i podd som publiceras på SR:s egna plattformar. Dessutom tillhandahålls extramaterial i en kanal på YouTube. Under 2019 har frågor kring psykisk ohälsa och relationer och mobbning ökat i inflödet från barnen.

*Barnradions bokpris* är ett litteraturprogram i P1 och P4 som tar avstamp i läsglädje, och är uppbyggt på 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 ska locka till läslust och djupare förståelse för texter, men även lyfta fram glädjen och modet att samlas kring en text. För att få en geografisk spridning kommer panelen från olika skolor i Sverige olika år.

I *Vi i femman*, som är Sveriges största kunskapsstävling för barn, deltog cirka 70 000 barn från hela landet. Uppskattningsvis hade drygt 20 procent av de tävlande barnen annan bakgrund än svensk, vissa av frågorna var specifikt inriktade på mångfald och att komma från olika platser i världen. Arbetet med att coacha barn som är i behov av extra stöd för att kunna delta har fortsatt under 2019.

## 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, till exempel socioekonomiskt och geografiskt. Ett axplock:

*Bebispodden* är ett program inspirerat av och utvecklat tillsammans med de minsta barnen från sex månader och uppåt. Det är en sjungande, pratande, lekande podd som leker med ord och rytm.

*Titta Fåglarna* är en bearbetning av Ulf Nilssons bok om fåglar och fågelskådning. Boken tar ut lyssnarna till skogen, parken och balkongen där de lär sig om fåglar och fågellivet.

*Superglada Saga* handlar om känslor som avundsjuka, ilska och kärlek mellan syskon i en stockholmsförort där också den ena systemen har en synnedsättning som påverkar alla i familjen.

*Magiska skogen och minnesmaskinen* är en musikal som sändes för tredje året i rad. Temat 2019 var familj, med utgångspunkten att familjer kan se ut på olika sätt och att alla sätt är okej. Till varje del arbetades det även fram samtalsfrågor som pedagoger eller föräldrar kan prata med barnen om efter lyssning.

*Historien om Bodri* är en berättelse som handlar om Hédi Frieds egna upplevelser som barn under förintelsen, och om kärleken till en hund. Berättelsen tar upp smärta och grymhet men försöker samtidigt förklara så att både barn och vuxna kan ta till sig historien. I programmet hörs Hédi Fried själv inleda och avsluta berättelsen.

Tre av de mest populära böckerna i *LasseMaja*-serien sändes under sommarlovet.

*När månen glömde*, en saga som handlar om att månen plötsligt är borta och ingen vet var den tagit vägen. Det finns bara en människa, en liten pojke, som vet varför månen inte lyser.

Under 2019 har Barnradion sänt sagor som utspelar sig i bland annat Taiwan, Eritrea, Senegal och USA.

### De äldre barnen

Drama för unga har ambitionen att producera gestaltande, angelägna och fantasifulla historier med karaktärer lyssnaren kan identifiera sig med. Programmen sänds i P4 samt säsongvis i P1 och riktar sig till barn 9–12 år.

Berättelserna ska engagera, utmana och bjuda in till konstnärligt underhållande fantasivärldar såväl som skapa diskussion och eftertanke kring frågor i ett pluralistiskt samhälle. Berättelserna ska fånga upp barns olika liv och upplevelser i Sverige och i resten av världen:

*En sekund i taget* är en dramatiserad uppläsning efter en bok av Sofia Nordin. Den handlar om 13-åriga Hedvig som blir ensam kvar i världen när hennes familj – och alla andra verkar det – har dött hastigt av en mystisk feber. Serien ställer frågor om vad som skulle hända om vi drabbades av en katastrof. Hur skulle vi klara att överleva, både fysiskt och psykiskt? Hedvig får försöka minnas vad de lärt sig i skolan om att göra upp eld, skörda och ta hand om djur men också om hur man hanterar svåra existentiella frågor om identitet och vuxenblivande i en ny värld.

Med dramaserien *Bröderna Lejonhjärta* i tio delar var ambitionen att tillgängliggöra en av våra största kulturskatter för nya, unga lyssnare och deras familjer. Det är en viktig berättelse om stort mod och stor kärlek i mörka tider av förtryck och diktatur men också en berättelse om det allra svåraste, när ett barn

dör. Början av historien har varsamt moderniserats och förlagts i en slags nutid så att barn i dag tydligare kan identifiera sig med Skorpan.

2019 års julkalender *Biggest bang* är skriven av barnboksförfattaren Martin Olczak och regisserades av Maria Blom. 10-åriga Tyra älskar sin storebror men skäms samtidigt ofta för honom, han kan nämligen inte sluta prata om rymden och sina egna rymdresor. Det hela leder till ett fantasifullt rymdäventyr där Tyra och Lukas tillsammans måste rädda universum. Men egentligen handlar historien om hur det är att leva med ett annorlunda syskon och hur man hanterar andra människors syn på honom eller henne. Kan man älska och skämmas för någon på samma gång? Till *Biggest Bang* skapades också en särskild lärarhandledning för nedladdning via [sverigesradio.se](http://sverigesradio.se).

Drama för unga arbetar aktivt med att ta in barnskådespelare som inte vanligtvis kommer i kontakt med teater eller Sveriges Radio, som har en annan socioekonomisk bakgrund eller vars föräldrar kommer från ett annat land.

Att tillgängliggöra programmen för alla oavsett funktionsvariationer är ett arbete som är grundläggande för alla produktioner.

## Musik

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

**Tabell 19. Marksänd tid för barnutbud på svenska fördelad på programkategorier 2019, timmar**

	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Förstasändning	14	49	0	1 074	6	53	4 107	0	5 304
Parallelsändning	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Repris	0	0	0	2	0	1	0	0	3
<b>Summa</b>	<b>14</b>	<b>49</b>	<b>0</b>	<b>1 076</b>	<b>6</b>	<b>54</b>	<b>4 107</b>	<b>0</b>	<b>5 307</b>

## Digitala satsningar – poddar

Barn återkommer gärna till sina favoriter och lyssnar på dessa igen och igen, därför har Barnradion utvecklat det digitala erbjudandet vad gäller poddar, både för stora och små barn. Dels finns alla program som sänts i FM tillgängliga i minst ett år digitalt och dels producerar Barnradion även innehåll som beställs direkt som podd.

*Barnradions Poddpaket* utkommer regelbundet med sagor och dramatik för yngre och äldre barn. Paketerna fungerar som introduktion till Barnradions program och ska locka till vidare lyssning.

*Historierummet* har gestaltat viktiga och betydelsefulla kvinnor och män genom historien, med ambitionen att presentera historia på ett roligt och underhållande sätt.

*Godnattsagor för rebelltjejer* bygger på den populära bokserien med samma namn. I elva avsnitt lyfts elva olika kvinnor fram vilka tack vare sitt mod förändrat världen, var och en på sitt eget sätt. Varje avsnitt har sin egen karaktär, och i den svenska versionen berättas varje godnattsaga av olika kvinnliga artister och skådespelare.

## 7.4.2 Tonårsutbudet

Sveriges Radios erbjudande till tonåringar finns i radiokanalerna P3 och P3 Din Gata samt i många poddar, evenemang och aktiviteter på sociala medier. Det utbud som endast kan nås via internet redovisas i avsnitt 6.2. Här redovisas program och aktiviteter som sänds i FM.

P3:s målgrupp är 15–35 år, men flera av programmen är särskilt inriktade på att nå lyssnare under 20 år. I P3 Din Gata är målgruppen 15–25 år, med särskild tyngdpunkt på den yngre halvan.

Under 2019 lade Sveriges Radio ned ungdomskanalen P3 Star som tidigare sändes i DAB. Fokus ska i stället ligga på att via on demand skapa ett tydligt och specialiserat innehåll som riktar sig till tonåringar. Anledningen är att allt fler tonåringar lyssnar på till exempel poddar och i mindre utsträckning på linjär radio. Arbetet med ett utökat on demand-innehåll för tonårspubliken fortsätter under 2020.

Under 2019 sändes följande program med tonårsinriktning i FM: *Fråga vad du vill i P3*, *Verkligheten i P3*, *DigiListan*, *P3:s mest spelade*, *P3 Historia*, *Relationsradion i P3*, *Helgen i P3*, *Ligga med P3*, *Oscar Zia i P3*, *Creepypodden i P3*, *P3 Musikedokumentär*, *P3 Nyheter*, *P3 Nyheter Dokumentär*, *P3 Dokumentär*, *P3 Serie – Sviten* samt *P3 Låten*.

Flera av programmen som sänds i FM har först producerats som podd med starka kopplingar till socialdigitala aktiviteter på andra plattformar.

P3:s närvaro på socialdigitala plattformar är särskilt viktig i arbetet med att nå tonårspubliken. Sociala medieplattformar som Instagram, Snapchat och YouTube, är självklara i de flesta svenska tonåringars liv. Därför är det nödvändigt för Sveriges Radio att också vara där för att möta den unga publiken. Att arbeta på socialdigitala plattformar är ett sätt för Sveriges Radio att skapa kännedom hos den unga publiken om hela det utbud som finns i olika kanaler och plattformar. Det handlar också om att bjuda in till medskapande och dialog med tydligt modererade kommentarer, med P3 Nyheter arbete på Instagram som tydligt exempel.

### Nyheter

Varje vardag sänder *P3 Nyheter* nyhetsuppdateringar varje hel timme. När en stor nyhetshändelse med relevans för målgruppen inträffar tar programmet antingen över tablån och går in med extrasändningar eller går in i befintlig tablå och uppdaterar, förklarar och analyserar.

*P3 Nyheter Dokumentär* är P3:s nyhetserbjudande för publiken on demand. Vissa av dessa program sänds även i FM. Här används berättarformat som känns igen från *P3 Dokumentär* för att berätta och fördjupa en nyhet. Några exempel på dokumentärer från 2019: "Greta Thunberg och Fridays for Future", "Isabella Löwengrips bolagskrasch", "Dödsskjutningen på Möllan" och "Fallet Asap Rocky".

*P3 Nyheter Granskar* undersöker ämnen som är viktiga för den unga målgruppen och tar även fram egna nyheter. Under 2019 har *P3 Nyheter* bland annat gjort en särskild satsning på unga och droganvändande, rapporterat om hur konstnärers bilder stulits och reproducerats bland annat i Kanada och fördjupat förståelsen kring vad de nya copyrightdirektiven inom EU får för konsekvenser.

### Faktaprogram

I *P3 Historia* följer lyssnaren en historisk person. På ett spännande sätt varvas fakta med dramatiserade scener ur personens liv. Lyssnaren lär sig inte bara om huvudpersonen utan också om tiden hen verkade i. Exempel på personer som porträtterats 2019: "Sofia Brzezinska – flickan som överlevde förintelsen", "Al

Capone – actionfyllt liv med snöpligt slut”, ”Nina Simone – den svarta aktivismens sångröst” och ”Karin Månsdotter – pigan som blev drottning av Sverige”.

*P3 Dokumentär* är fortsatt en av P3:s och Sveriges Radios största publiksuccéer som under 2019 nådde en snitträckvidd på 430 000 enligt Poddindex. Framför allt är det en produktion som den unga publiken tar del av digitalt, men programmet sänds även i FM. Under 2019 har flera dokumentärer gjorts med särskilt fokus på tonåringar, såsom ”Husbypedofilen”, ”Bussolyckan på klassresan i Norge” och serien ”Terrorsyskonen i IS” som belönades med stora Journalistpriset i kategorin ”Årets berättare”.

*Musikhjälpen* 2019 från Västerås belyste ämnet sexuellt våld i konflikter, där många av offren är unga och barn. *Musikhjälpen* bidrar till en kunskapshöjning om mänskliga rättigheter och om hur situationen ser ut för unga på många ställen i världen.

## Kultur

*P3 Musikedokumentär* är programmet med dokumentärer om vägen till toppen och livet bakom hitsen för vår tids största artister. Här får lyssnaren möta de artister som är viktigast för unga nu, såsom Billie Eilish, Drake och Harry Styles. Under 2019 porträtterades även artisten R Kelly utifrån de anklagelser som riktats mot honom.

I *Creepypodden i P3* varvas spökhistorier på nätet med lyssnarnas egna berättelser. Podden riktar sig främst till tonåringar och den yngre delen av P3:s målgrupp. Historierna är en reflektion av samtiden och blir en slags samling av samtida folklivsberättelser.

*Oscar Zia i P3* var en talkshow om populärkultur som sändes tre timmar varje vardag under fem sommarveckor. I programmet lyftes populärkultur med särskild inriktning på unga och tonåringar på ett lättsamt sätt.

*P3 Låten* är en ny podd som också sänds i FM. En svensk artist plockar isär sin låt och berättar i detalj om hur låten blivit till.

## Relationer och personliga berättelser

*Relationsradion i P3* om relationer sänds tre timmar, fyra vardagar i veckan från Malmö. Programmet innehåller dejtingtips, allvarigare paneldiskussioner om mansbilden och kulturskillnader som påverkar relationer med mera.

*Ligga med P3* har fokus på dem som just påbörjat sitt sexliv, i programmet svarar sexologer på lyssnarnas frågor. Där finns också reportage och granskningar om ung sexualitet samt berättelser och samtal med lyssnare och experter.

I *Verkligheten i P3* får lyssnaren möta en ung person bakom ett aktuellt fenomen. Exempel på avsnitt som under 2019 varit riktade specifikt till tonåringar är Amanda som sålde sex första gången som 15-åring, Nasdeo vars storebror blev skjuten, Sara som lämnade Jehovas vittnen och blev utfrys av sin mamma.

I *P3 Psykologen* får man höra unga människor berätta om sina innersta tankar: Helena, vars bror tog sitt liv, Matilda som är paralyserad av prestationsångest och Emma som bor hemma hos sina föräldrar och sin bror som har en funktionsvariation. Emma vill flytta hemifrån, men plågas av dåligt samvete.



## Bevakning från hela världen

Sveriges Radio har en särskild korrespondent med ungt perspektiv som bevakar unga frågor i världen. Korrespondenten har under 2019 bland annat direktrapporterat från demonstrationerna i Hong Kong, följt med på valjakt i Japan och bevakat Brexit i Storbritannien.

Varje vecka erbjuder P3:s dj:ar den unga publiken kulturella och konstnärliga upplevelser via dj-set och mixar från hela världens klubbscener.

*Verkligheten i P3* skildrade flera berättelser från andra länder, bland annat om Layla i Afghanistan som tvingades byta könsidentitet och namn till Achmed i sju år för att få gå i skolan, om Firat som nu kommit hem till Sverige efter att ha stridit mot IS i Syrien i fyra år och om Therese som flyttade till Istanbul och startade katthem.

Den största delen av programmen i *P3 Musikedokumentär* skildrar utländska stjärnor som Amy Winehouse, Cardi B och det sydkoreanska pojkbandet BTS.

## Musikhjälpen

*Musikhjälpen 2019* från Västerås belyste ämnet sexuellt våld i krig och konflikt under rubriken ”Sex är inte ett vapen”. Ambitionen för programmet och projektet var att bidra till en kunskapshöjning om mänskliga rättigheter och den situation som många personer i krigsdrabbade områden lever i.

Under *Musikhjälpen* var ett återkommande ämne synen på offren för det sexuella våldet, att skulden och skammen ofta hamnar på dem i stället för på förövaren. Under sändningens 144 timmar lyftes exempel från hela världen på hur människor i krigs- och konfliktdrabbade områden i allt högre utsträckning utsätts för sexuellt våld än innan kriget bröt ut. Några av de exempel som togs upp handlade om våldtäkter, prostitution, sexslaveri, barnäktenskap och tvångssterilisering.

Experter, forskare och hjälporganisationer medverkade från olika länder, däribland Syrien, Kongo, Sydsudan, Irak, balkanländerna, Jemen, Peru och Nigeria. Sveriges Radios korrespondent för unga samlade också berättelser om offer för sexuellt våld i världen. Musikhjälpens resande reporter rapporterade från Uganda och ett av världens största flyktingläger där konfliktrelaterat våld är utbrett.

## Programutveckling

Under 2019 har fokus kring programutveckling för unga i FM legat på följande:

- *Hej jag heter Fredrik* – En av P3-profilerna i *Tankesmedjan* inser i november 2018 att han tappat kontrollen över sitt knarkande. Efter en partynatt mitt i veckan skriver han en Facebookstatus och ber sina vänner om hjälp. P3 följde Fredrik på hans väg mot ett kokainfritt liv.
- *P3 Psykologen* – I programmet delar unga människor med sig av sitt innersta. De får chansen att i en halvtimme berätta, på riktigt, för psykologen Lasse Övling, så nära terapisoffan man kan komma – på telefon. Programledare är Hanna Hellquist, känd från Morgonpasset i P3 och belönad med Stora journalistpriset 2019 i kategorin ”Årets röst”. Hon har själv valt att vara öppen med hur svårt det ibland är att bara vara människa.
- Utvecklingen av P3 inför 2020. I januari 2020 lanserades den omgjorda linjära kanalen P3. En mycket stor del av utvecklingsarbetet för P3 har under 2019 handlat om att tydligare särskilja utbud och erbjudanden linjärt och on demand.

Under 2019 har flera nya programformat utvecklats som kommer att sändas under 2020.

**Tabell 20. Marksänd tid för tonårsutbud på svenska fördelad på programkategorier 2019, timmar**

Ungdomar 13 – 19 år	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Första sändning	330	393	122	469	90	639	8 273	39	10 355
Parallelsändning	73	21	1	8	1	19	107	0	230
Repris	0	1	1	33	0	0	41	0	76
<b>Summa 2019</b>	<b>403</b>	<b>416</b>	<b>124</b>	<b>509</b>	<b>91</b>	<b>658</b>	<b>8 420</b>	<b>39</b>	<b>10 661</b>
<b>Summa 2018</b>	382	428	85	600	105	1 090	12 288	37	15 015
Förändring	21	-12	39	-91	-14	-432	-3 867	2	-4 354

Minskningen av utbudet för ungdomar på grund av P3 Stars nedläggning utgörs till närmare 90 procent av musik.

## 7.5 Tillgänglighet

SR ska beakta behoven hos personer med funktionsnedsättning. Ambitionsnivån när det gäller möjligheterna för personer med funktionsnedsättning att tillgodogöra sig SR:s utbud ska höjas och tillgängligheten förbättras. Det långsiktiga målet är att hela utbudet görs tillgängligt för alla medborgare. Tillgängligheten till program för barn och unga ska prioriteras. SR ska fortsatt prioritera god hörbarhet, bl.a. genom att vid utformningen av sändningarna beakta att bakgrundsljud kraftigt kan försämra möjligheten för personer med hörselnedsättning att ta del av utbudet.

Program ska även produceras för särskilda målgrupper.

SR ska ha en dialog med de berörda grupperna.

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 11)

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

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

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

För att uppnå detta är medarbetarnas kunskap och perspektiv en förutsättning. Därför arrangeras varje år seminarier och utbildningar.

Under 2019 genomfördes dels den årligen återkommande PSFunk-dagen i samarbete med funktionsrättsorganisationer samt SVT och UR, dels en workshop där deltagare delade kunskaper och fördjupade insikter. Workshopen ledde till att kontakter knöts mellan ledande personer från funktionsrättsrörelsen och programmedarbetare på public service-bolagen. Nyhetsredaktionerna fick konkreta tips och idéer. Workshopen ledde även till mer förståelse för hur public service arbetar och vad företagen måste ta hänsyn till i verksamheten.

Samtliga Sveriges Radios redaktioner och kanaler har ett ansvar att diskutera hur mångfalden kan breddas så att även personer med funktionsnedsättning är inkluderade i vardagsbevakningen. Att Sveriges Radio har medarbetare och praktikanter med olika funktionsvariationer bidrar också till att säkra en bredd i perspektiv och tilltal.

Redaktionerna har till uppgift att ständigt arbeta med att bredda mångfalden, bland annat vad gäller personer med funktionsnedsättning. Ett sätt att få in fler perspektiv och erfarenheter är genom publiknätverk hos redaktioner och lokala P4-kanaler.

I Sveriges Radios mångfaldspolicy betonas att innehållet ska spegla variationer i befolkningen, bland annat gällande funktionsmöjlighet, och att inbjudan till det demokratiska samtalet ska ske på ett medvetet, oberoende och öppet sätt.

När var och en representerar sig själv blir funktionsnedsättningen inte relevant i sammanhanget, vilket gör att det inte framgår för publiken om en person exempelvis har en synnedsättning eller är rullstolsburen. I radio blir även synliga funktionsnedsättningar irrelevanta. Sveriges Radio har kända profiler med olika funktionsnedsättningar vilka därmed också fungerar som förebilder. Det är inget som programledarna berättar om, men det är likväl viktigt.

### 7.5.1 Program om, för och med personer med funktionsnedsättning

*Klartext* förmedlar nyheter på ett lite lugnare sätt och med enkla ord inom områden som politik, ekonomi och kultur och sänds alla vardagar i P1 och P4. Programmet har kontinuerlig dialog med sin publik, ställer målgruppens frågor och utformar allt innehåll så att målgruppen kan förstå och följa med i vad som händer. Programmet innehåller alltid nyheter som särskilt berör målgruppen.

Några exempel från 2019:

- Kartläggning av effekten av det statliga stödet till kommuner som betalar ut habiliteringsersättning till personer som arbetar inom så kallad daglig verksamhet.
- Granskning av stora förändringar inom branschen för "lättlästa" böcker.
- Bevakning av större parasporttävlingar. *Klartext* var den enda nyhetsredaktionen från Sverige på plats under Special Olympics världstävlingar i Abu Dhabi.

*Klartexts* bevakning av valet till Europaparlamentet beskrivs i 7.2.6 EU-valet.

Programmet *Kaliber i P1* sände hösten 2019 en granskning om hur brist på regler och lagar öppnar för att personliga assistenter med kriminell bakgrund och/eller kriminellt beteende kan jobba och även fortsätta begå brott mot dem de är satta att vårda.

*Ekot* uppmärksammar och granskar löpande frågor som rör funktionsrätt, politiska diskussioner och förändrad lagstiftning i nyhetssändningarna samt i fördjupande program. Till exempel granskade *Ekot* i somras anmälningar till DO där personer som har funktionsnedsättningar återkommande misstas för att vara berusade och därför felaktigt slängs ut från offentliga platser. *Ekot* rapporterade också om hur Jämställdhetsmyndigheten och Myndigheten för delaktighet konstaterar att kvinnor med funktionsnedsättning oftare är deltidsarbetslösa jämfört med män.

Frågor kring funktionsvariationer har uppmärksamats i nyheter och fördjupande program som *P1-morgon*, *Studio Ett* och *P4 Extra* samt i de lokala P4-kanalerna.

*Kulturnytt* granskar allas möjlighet att ta del av kultur och rapporterar om kultur där personer med funktionsnedsättningar är målgrupp och/eller kulturutövare. Det kan också röra sig om diskussioner om hur representation inom kulturen även omfattar personer med funktionsvariationer.

SR Jönköping sände samtal med människor som haft olika slags diagnoser vilket lyfts i föreställningen *Tack min jävla diagnos* som också uppmärksamats i *Kulturnytt* i P1.

Flera av årets värdar för *Sommar i P1* delade med sig av berättelser som anknöt till funktionsrättsfrågor. *Tendens* sände dokumentären "Tomtebodabarnen" om de blinda barn som tillbringade sin barndom på institutionen. Dokumentären är gjord av Anna Bergholtz, själv synskadad, och i projektet involverade redaktionen särskilt berörda lyssnargrupper. Under året gjordes även serier om både dementa åldringar – "På demensboendet" – och föräldrar med funktionsnedsättningar – "Förälder på nåder" och "Jag klarar mig själv men är beroende av andra".

Många lokala P4-kanaler har återkommande kontakter med lyssnare med funktionsnedsättningar och med intresseorganisationer och arrangerar även studiebesök.

- P4 Gotland uppmärksammade bland annat hur en kommunpolitiker tvingades avstå från seminier under Almedalveckan på grund av att han inte kunde ta sig fram. P4 Gotland sände även direkt under ett test som Räddningstjänsten, Funkisam och företagarföreningen gjorde av tillgängligheten i stadsmiljön.
- P4 Skaraborg bjöd under året in personer med funktionsnedsättningar till morgonprogrammet, som en kombination av bisittare och gäst, för att skildra vardagen och ge utrymme för utökad förståelse.
- P4 Sörmland har skapat kontakter med personer med funktionsnedsättningar för att få tips och granska hur kommunerna drar ned på bland annat daglig verksamhet. Kanalen sände också en dokumentär kortserie om idrottare och idrottsledare med funktionsnedsättningar.

Radiosporten har en lång tradition av att berätta om, bevaka och rapportera från parasport. Som enda svenska medieföretag var Sveriges Radio på plats i Ungern på VM i parakanot där bland annat den svenska stjärnan Helen Ripa deltog. Radiosporten uppmärksammar varje år parasporten genom nomineringsprocessen kring den egna utmärkelsen "Årets stjärnskott" som delas ut till en framgångsrik talang. 2019 fick den 18-årige alpina skidåkaren Aaron Lindström ta emot priset under Parasportgalan.

### 7.5.2 Barn och unga med funktionsnedsättning

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

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

Barnradion har under 2019 fortsatt arbetet med tillgänglighet för barn med funktionsnedsättning. Program anpassas exempelvis för barn med kognitiv funktionsnedsättning utifrån tematik och produktion samt utifrån hur de presenteras, och de kompletteras med tydligt bildstöd.

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

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

För de äldre barnen har Barnradion lyft in frågorna i program som *Juniorsporten*, *Juniornyheter i Barnradion* och *1000 modiga frågor*.

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

Sveriges Radio fortsätter att utveckla innehållet på digitala plattformar eftersom det där går att lägga till stödjande funktioner såsom bilder med förklarande text, möjlighet att pausa och repetera lyssningen med mera. Detta är ett stöd både för barn med kognitiv funktionsnedsättning och för barn med nedsatt hörsel.

## De yngre barnen

I *Barnmorgon med Jonas* var Althea med och pratade om att vara ute i naturen med hörselnedsättning samt Elsa om basket och hur hon lever med sin adhd.

*Superglada Saga* är språkligt anpassad för barn med såväl språksvårigheter som kognitiv funktionsnedsättning. Det är en tydlig linje i berättelsen, och barnen får leva sig in i hur det är att leva med en synnedsättning.

*Sov gott med Radioapan* är lättillgängliga godnattsagor med en återkommande dramaturgi som man känner igen sig i.

## De äldre barnen

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

*1000 modiga frågor* utgår från barnens egna frågor där redaktionen har fördjupat vissa ämnen. Exempelvis har frågor kring adhd lyfts fram under 2019.

*Juniorsporten* har sänt reportage om att träna judo med synnedsättning.

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

## Unga

För tonårspubliken har bland annat anpassade nyheter utvecklats under 2019, och en rad program skildrar och tar upp frågor relaterade till funktionsvariationer. Några exempel:

- *P3 Historia* har gjorts i versioner anpassade för personer med kognitiv funktionsnedsättning. Programmen har handlat om en historisk person men med ett enklare språk och en ljudbild med bättre hörbarhet.
- *P3 Nyheter* har också gjort nyhetsrapporteringar anpassade för personer med kognitiv funktionsnedsättning. *P3 Nyheter på lätt svenska* är en veckouppdatering där man i sina sändningar använder ett enklare språk och förklarar saker och sammanhang extra tydligt.
- *Ligga med P3* arbetar aktivt med att ha med personer med funktionsvariationer i programmet.
- Flera program har tagit upp psykisk ohälsa: *Relationsradion i P3* har behandlat fysisk och psykisk ohälsa i relationer. Redaktionen har kontaktat föreningar för att informera om programmet och bjudit in personer med särskilda behov att delta. *Verkligheten i P3* har i flera program också tagit upp psykisk ohälsa. I *P3 Psykologen*, som startade 2019, berättar unga för en psykolog om psykisk ohälsa.

Även i år tillgängliggjordes sändningen av *Musikhjälpen* med direkttextning på SVT Play mellan 07 och 23. På sändningsplatsen i Västerås fanns även en tillgänglighetsplattform för att underlätta för personer i rullstol att se sändningen inne i studion i glasburen.

### 7.5.3 Hörbarhet

Sveriges Radios utbud ska vara tillgängligt för hela publiken och även personer med hörselnedsättning ska kunna ta del av programmen. Ljudet ska vara av hög teknisk kvalitet, och vid mixning av olika ljudkällor ska dessa avvägas mot varandra för bästa möjliga hörbarhet. När talet är bärande i sändningarna ska detta prioriteras i ljudbilden. Ljudeffekter och bakgrundsljud ska förstärka information och känsla men inte 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, diktion, betoningar 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. Sveriges Radio har tagit fram en 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 modellen som verktyg deltar ljudtekniker i den årliga P4-lyssningen och återkopplar till alla P4-kanaler om hur ljudet lät i sändningarna.

Utifrån erfarenheterna från genomlyssningen av P4-kanalerna har även metoder för individuell ljudåterkoppling tagits fram. Tekniker tillsammans med redaktionell personal genomför återkoppling med fokus på lyssnarupplevelsen. Genom återkopplingen inspireras medarbetarna till bättre samspel mellan ljud och innehåll vilket ger en större förståelse för ljudbildens betydelse. Under hösten har ett antal utbildningar hållits för att fler ska lära sig modellen och hur man håller i återkopplingen så att fler redaktioner har möjlighet att genomföra dessa individuella återkopplingar.

### 7.5.4 Ökad tillgänglighet med publika digitala tjänster

Sveriges Radios primära egna plattformar är *sverigesradio.se* och *Sveriges Radio Play*. Sveriges Radio har team som löpande utvecklar och förvaltar produkterna och ställer höga krav på tillgänglighet, sökbarhet och säkerhet. Redaktionerna använder företagets egenutvecklade CMS (Content Management System) "Isidor" för att publicera och tillgängliggöra innehållet för publiken. I arbetet med att kontinuerligt utveckla Sveriges Radios tjänster ingår att se till att lösningar är tillgängliga och har god användbarhet. SR har under en längre tid samarbetat med tillgänglighetsexperter för att säkerställa att användbarheten ska vara så bra som möjligt för hela publiken.

### Barnwebben

Barnwebben arbetar med bildstöd till programmen. Ofta beställs specialritade bilder. Barn som har svårt att koncentrera sig på lyssningen får stöd med hjälp av en bild, den ger något att fästa blicken på medan man lyssnar. Bilder stöder även i förståelsen av handlingen och underlättar i tolkningen av ljudet.

Barnutbudet presenteras i apparna *Radioapan – banankalas!* och *Radioapans kojträd*. Apparna är gjorda för den yngsta målgruppen och ska vara lätta 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

Sveriges Radio möter och samtalar med publiken med särskilda behov på olika sätt och på olika nivåer i företaget. Ambitionen 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. Utöver detta är syftet att innehållet ska vara än mer relevant för exempelvis grupper med funktionsvariationer.

SR:s strategiskt ansvariga och utbudsansvarig har haft dialog-möten med båda de paraplyorganisationer som samlar en rad olika ”funktionsrättsförbund” under sig, dels ”Funktionsrätt Sverige”, dels ”Lika Unika”. Vid mötena träffade Sveriges Radio respektive organisations ordförande och andra ansvariga i ledande ställning för att utbyta kunskap om, och åsikter kring, SR:s bevakning av funktionsrättsfrågor. Där ingår nationellt och lokalt nyhetsutbud, vetenskapsnyheter, berättelser och dokumentärer med berörda och särskilda program som likt *Funk i P1* fördjupar publikens kunskap och förståelse för att leva med funktionsnedsättningar.

Mellan företrädare för Sveriges Radio och personer med funktionsnedsättningar pågår kontinuerlig dialog, både i och utanför radiosändningarna. Några exempel från året som gått:

- P4 Malmöhus bjöd in synskadade för att diskutera problemen med de nya elsparkcyklarna.
- Gymnasieelever med kognitiva funktionshinder har gjort studiebesök på P4 Väst.
- P4 Blekinge har haft besök av en grupp med funktionsnedsättning som går Lärvux i Ronneby.
- P4 Sörmland följde en klass med barn med funktionsvariationer under en hel dag och avslutade med studiebesök på radion.

Programmet *Klartext* har en aktiv dialog med sin publik (bland annat i i sociala medier) för att journalistiken ska uppskattas av målgruppen.

Den årliga PSFunk-dagen, som är ett samarbete mellan de tre public service-bolagen, Funktionsrätt Sverige och Lika Unika, genomfördes i november 2019. Ämnet detta år var rättighetsfrågor med fokus på FN:s konvention om rättigheter för personer med funktionsnedsättning.



## 7.6 Minoritetsspråk

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

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 12)

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 10)

### 7.6.1 Minoritetsspråk i Sveriges Radio – relevant innehåll på relevanta plattformar

Sveriges Radio sänder på de fem nationella minoritetsspråken och har ett unikt utbud på de fyra språk som i sändningstillståndet har en särställning: samiska (flera olika dialekter), finska, meänkieli (tornedalsfinska) och romani chib.

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

Att erbjuda ett relevant utbud för de prioriterade nationella minoriteterna är ett av Sveriges Radios viktiga uppdrag, men det blir meningsfullt endast om utbudet når målgrupperna. Därför har SR inom ramen för den publicistiska utvecklingen under tillståndsperioden formulerat ett särskilt uppdrag att nå minoritetspubliken bättre. Fortsatt prioriteras insatser för att antalet sändningstimmar, som är relativt högt, också ska nå lyssnarna.

Sveriges Radio tar sitt uppdrag om dialog med de berörda grupperna på stort allvar. Det handlar om att vara lyhörd för publikens önskemål och behov och att i dialog med publiken utveckla utbudet.

Dessa målgrupper finns, liksom publiken i övrigt, i allt högre grad på digitala och sociala plattformar. Sveriges Radios två strategier för att nå minoritetspubliken bättre är

- ett mer relevant innehåll
- ett målmedvetet arbete gentemot publiken digitalt och socialt.

Beroende på respektive språkgrupps situation och behov samt befintligt utbud ligger fokus på delvis olika saker för de prioriterade nationella minoritetsspråken. Gemensamt under 2019 för samtliga minoritetsspråk var dock en stärkt bevakning och granskning i samband med EU-valen.

- Samiska: Det samiska utbudet sänds dygnet runt (inräknat SR Sápmis webbkanal). Inför EU-valen sände Sameradion "Politikerrajden" med utfrågning av politiker från norra Sverige vilka stod på vallistan till Europa-parlamentet. Sameradios frågeställningar utgick från det samiska samhällets perspektiv.
- Finska: Här finns redan ett mycket stort utbud räknat i antal timmar per år. Utöver den löpande nyhetsbevakningen av EU-valen arrangerade Sisuradio en agendadag om "EU och

minoritetsspolitiken”. Sisuradio gjorde även sammanfattningar på finska av P1:s partiledarintervjuer samt granskade möjligheten att rösta i två länder, Sverige och Finland.

- Meänkieli: Redaktionen för Meänraatio lyfte frågor med bäring på valet till Europa-parlamentet men gjorde även utblickar mot grannländerna i Barentsregionen.
- Romani chib: Radio Romano direktsände inför EU-valet under sin turné till fyra svenska städer med relativt stor romsk befolkning. Redaktionen intervjuade även romska parlamentariker från Slovakien, Ungern och Rumänien.
- Utöver de nationella minoritetsspråken erbjuder Sveriges Radio via internet ett nyhets- och aktualitetsutbud på arabiska, kurdiska (sorani/kurmanji), persiska (farsi/dari), somaliska och engelska till en nyanländ publik. Nyanlända i dessa språkgrupper har sällan en relation till svensk FM-radio. I dessa grupper använder man ofta mobiltelefonen för att söka information och får genom sociala medier tips och ingångar till exempelvis Sveriges Radio. För att nå dessa grupper med ett för dem relevant utbud är internet och dialogen på sociala medier en förutsättning.
- Arabiska och engelska sändningar hörs också i FM.

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.

Sammantaget har Sveriges Radio under 2019 fortsatt arbetet med att på nationella minoritetsspråk och övriga språk medvetet arbeta med att bättre nå ut till publiken med ett innehåll som ska vara aktuellt, angeläget och spännande, och som ska kunna nås linjärt i marknätet men även digitalt inklusive podd.

### **Hänsyn till de språkliga behoven hos barn och unga**

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

- Barnutbudet utgår från varje språklig och kulturell sfär och uppmuntrar till att barnen ska känna igen sig i berättelserna. Under 2019 har arbetet med att göra programmen mer synliga på webbsidor och via sociala medier prioriterats. Dessutom har *Magiska skrinet* 2019 sänt en specialbeställd saga, *Två av allt*, på de nationella minoritetsspråken.
- Det romska ungdomsprogrammet *Terni Generatcia* vinner allt fler lyssnare genom sin entusiastiska miniredaktion som arbetar i dialog med publiken på sociala medier.
- Sameradion har sänt en sommarserie med samisk musik särskilt riktad till unga.
- *Gränslost*, som är ungdomsprogrammet på meänkieli, lyfter bland annat språkfrågor som stöd för unga som vill återerövra sitt modersmål.

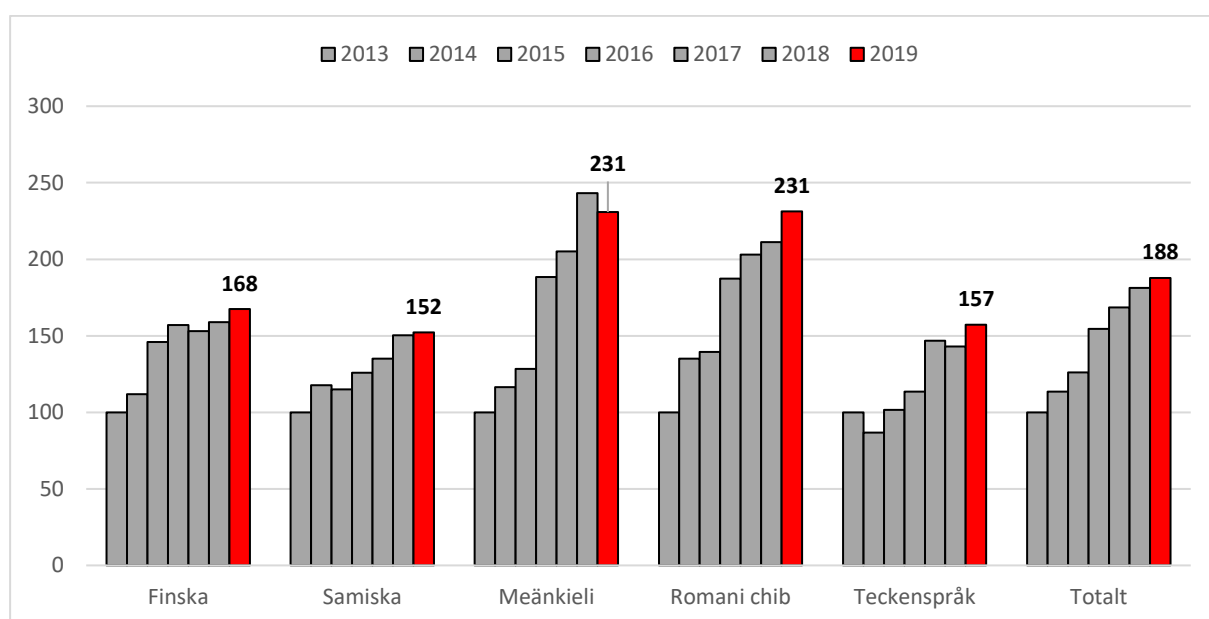
## 7.6.2 Betydande ökning

Enligt sändningstillståndet ska Sveriges Radios samlade utbud på samiska, finska, meänkieli och romani chib, sammantaget med SVT:s och UR:s utbud, öka årligen jämfört med 2013.

För att kunna göra en samlad bedömning av det sammantagna utbudet på dessa språk har programbolagen utvecklat en gemensam indexmodell. Varje bolags utbud per språk 2013 sätts till 100, och sedan räknas index per bolag och språk om årligen utifrån förändringen av antalet timmar. Därefter tas ett medelvärde av de tre bolagens enskilda index.

På detta sätt blir siffrorna jämförbara, och det är möjligt att göra en bedömning av bolagens sammantagna ökning per språk och totalt. I bilaga 4 redovisas underlaget för diagrammet nedan.

**Diagram 7. Utveckling av index för minoritetsspråk sammantaget för public service-bolagen**



År 2019 var index för språken totalt 188 jämfört med 2013 då motsvarande indexvärde var 100.

Programbolagen har definierat betydande ökning som att indexvärdet för språken totalt och bolagen sammantaget vid tillstandsperiodens slut ska uppgå till minst 155.

Det satta målet index 155 avsåg sammanlagt för alla språk, vilket alltså överträffats med god marginal. Programbolagen har särskilt prioriterat att öka utbudet på meänkieli och romani chib, vars index därmed ökat mest.

Minskningen för meänkieli mellan 2018 och 2019 kommer av en mindre minskning i SVT, gjord för att kunna möjliggöra nya programsatsningar.

**Tabell 21. Totalt marksänd tid på samiska, finska, meänkieli och romani chib, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Samiska</b>						
Vuxna	1 324	1 321	1 322	1 346	1 348	1 353
Barn upp till 12 år	17	17	17	17	18	17
Ungdomar 13–19 år	52	52	52	53	52	57
<b>Summa samiska</b>	<b>1 393</b>	<b>1 390</b>	<b>1 391</b>	<b>1 416</b>	<b>1 418</b>	<b>1 428</b>
<b>Finska</b>						
Vuxna	6 692	6 761	6 858	6 825	6 870	6 882
Barn upp till 12 år	148	147	139	139	139	139
Ungdomar 13–19 år	479	481	482	481	480	481
<b>Summa finska</b>	<b>7 319</b>	<b>7 390</b>	<b>7 479</b>	<b>7 445</b>	<b>7 490</b>	<b>7 502</b>
<b>Meänkieli</b>						
Vuxna	569	545	716	756	776	774
Barn upp till 12 år	52	53	61	61	61	61
Ungdomar 13–19 år	182	233	270	272	270	272
<b>Summa meänkieli</b>	<b>803</b>	<b>830</b>	<b>1 047</b>	<b>1 089</b>	<b>1 107</b>	<b>1 107</b>
<b>Romani chib</b>						
Vuxna	345	345	344	340	339	339
Barn upp till 12 år	8	11	11	11	14	14
Ungdomar 13–19 år	39	39	45	82	91	91
<b>Summa romani chib</b>	<b>391</b>	<b>395</b>	<b>400</b>	<b>433</b>	<b>444</b>	<b>444</b>
<b>Totalt</b>	<b>9 907</b>	<b>10 005</b>	<b>10 318</b>	<b>10 383</b>	<b>10 458</b>	<b>10 480</b>

Sveriges Radio står för drygt 90 procent av det totala public service-utbudet på dessa språk.

### 7.6.3 Samiska

Sameradion sänder inom alla programkategorier och för alla åldersgrupper. Redaktionen granskar och bevakar det samiska samhället och följer utvecklingen för andra urfolkssamhällen i världen. Huvudredaktionen ligger i Kiruna, och under 2019 fanns medarbetare i Stockholm, Uppsala, Örebro, Umeå, Jokkmokk, Östersund och Karesuando.

2019 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 och i P6 över Stockholm samt i webbkanalen och andra timmen enbart i webbkanalen.

Inför EU-valet den 26 maj sände Sameradion ”Politikerrajden” där redaktionen hade en utfrågning av politiker från varje parti vilka är verksamma i norra delen av Sverige och som står på vallistan till Europaparlamentet. Valresultaten redovisades även i sändningarna. Samerations frågeställningar utgick från det samiska samhällets perspektiv.

Sameradion publicerade också två större granskningar under året. Den ena visade att i fyra av de fem nordligaste länen släpper terrängmaskinerna ut mer växthusgaser än inrikesflyget i dessa län. Granskningen ledde till att Naturvårdsverket ska se över skoterutsläppen.

Den andra granskningen handlade om samer och självmord. Det påstås i många sammanhang att samer är mer självmordsbenägna än andra svenskar. Uppgiften att samer tar sina liv eller har självmordsproblematik återkommer i media, i projekt och satsningar inom landstingen och i forskningsrapporter. Sameradions granskning av de senaste årens forskning visade att det inte finns belägg för att påstå att samer i Sverige begår självmord i högre utsträckning än andra svenskar. Efter publiceringen uttalade sig samiska företrädare som vill lägga fokus på ett kommande arbete kring problematiken vilket kan förankras i alla tre Sametingen i Sverige, Norge och Finland.

Under 2019 har Sameradion bevakat och sänt från fem olika domstolsförhandlingar i tvister om rättigheter till renskötsel, renbete, älgjakt samt förvaltning av jakt och fiske.

2019 har Sveriges Radios och SVT:s samiska redaktioner fortsatt sitt publicistiska samarbete. Sameradion deltar även i nyhetssamarbete med YLE:s och NRK:s samiska redaktioner och sänder varje vardag ett direktsänt morgonprogram tillsammans med den finska och norska sameradion. Sameradion sände i samarbete med SVT Sápmi direkt på webben från samtliga av Sametingets plenarmöten.

2019 var FN:s internationella år för ursprungsfolkens språk, och det har uppmärksamats i Sameradions sändningar under hela året. Sameradion publicerade även en språkpodd i tio 60 minuters avsnitt under året vilka också sändes i FM.

Sameradion sände barnradio varje vecka, till exempel en radionovell skriven av författaren Ann-Helen Laestadius om pojken Hjalmar som flyttar till Kiruna. Sameradion sände serien på nord-, syd- och lulesamiska. Utbudet på samiska för barn finns tillgängligt för lyssning i efterhand med en egen sida för *Manaidradio*.

För den unga publiken publicerade Sameradion ett 60 minuters musikprogram i tio avsnitt som enbart innehöll samisk musik och jojk. Även halvtimmeslånga *Vahkku buoremus* (Veckans bästa) med ungdomsfokus sändes 26 fredagar med repris på söndagar.

**Tabell 22. Samiska – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Vuxna</b>						
Förstasändning	676	673	674	699	700	705
Parallelsändning	518	548	648	647	648	648
Repris	131	101	0	0	0	0
<b>Summa vuxna</b>	<b>1 324</b>	<b>1 321</b>	<b>1 322</b>	<b>1 346</b>	<b>1 348</b>	<b>1 353</b>
<b>Barn upp till 12 år</b>						
Förstasändning	9	9	9	9	9	9
Parallelsändning	9	9	9	8	9	9
Repris	0	0	0	0	0	0
<b>Summa barn upp till 12 år</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>17</b>
<b>Ungdomar 13–19 år</b>						
Förstasändning	26	26	26	27	26	27
Parallelsändning	26	26	26	26	26	26
Repris	0	0	0	0	0	4
<b>Summa ungdomar 13–19 år</b>	<b>52</b>	<b>52</b>	<b>52</b>	<b>53</b>	<b>53</b>	<b>57</b>
<b>Totalt samiska</b>	<b>1 393</b>	<b>1 390</b>	<b>1 392</b>	<b>1 416</b>	<b>1 418</b>	<b>1 428</b>

Ökningen av sändningstid på samiska avser ett specialprogram med samisk musik och jojk som sändes under sommaren. Programmets målgrupp var både ungdomar och vuxna.

## 7.6.4 Finska

Sisuradio har strävat efter att erbjuda publiken intressant innehåll utifrån ett sverigefinskt perspektiv.

Under våren förnyade kanalen sina flödesprogram (morgon, förmiddag och eftermiddag) med tätare nyhetsuppdateringar, aktualiteter och profilerade programledare. Kanalen omformade sin Sverigebevakning i form av livereporternätverket från olika delar av landet.

Sisuradio satsade på att spegla en underbevakad minoritetsgrupps situation genom att göra en serie i åtta delar om finska romer i Sverige. Serien ledde till ett samarbete med finländska public service-bolaget YLE som också sände serien i marknätet i Finland. Projektet förstärkte därmed även den nordiska kulturgemenskapen.

En serie om mammarrelationer *Samtal till mamma* ("Puhelu äidille") gjordes för att synliggöra vikten men också olikheten i mamma-barn-relationer. I serien hördes bland annat Ritva som blev ensamstående mamma i 50-talets Finland och stockholmaren Darya som i dag lever frivilligt barnlös.

Under augusti bevakade kanalen en av de största sverigefinska kulturhändelserna: sommarfestival i Axevalla. Sisuradio producerade en direktsänd radiokaraoketävling i P2 samt gjorde en dokumentär *Sommar i Axevalla*.

Det nya fördjupande samtalsprogrammet *Ikäheimo & Peltonen*, vilket har fokus på samtida fenomen och kultur, startades i september.

Sveriges Radios finskspråkiga riksprogram fyllde 50 år 2019, och Sisuradio har firat det med att publicera utvalda guldkorn ur radioarkivet. För att ta reda på hur människornas och finskans ställning förändrats under åren gjordes en reportageserie där man sökte upp människor som deltagit i program som finns i arkivet. I samband med firandet publicerades även dokumentären *Finskan som försvann* ("Suomi hukassa") om de finska klasserna som skapades i kommunala skolor på 1970- och 1980-talen.

Sisuradio har fördjupat och vidgat sitt musikutbud genom att göra en stor kartläggning om sverigefinska musiker, artister och låtskrivare från olika genrer. Ett nytt musikprogramformat utformades utifrån kartläggningen.

Sisuradio har tillgängliggjort kulturhändelser för publiken genom att sända direkt från Bokmässan i Göteborg och sverigefinska bokmässan i Stockholm. Kanalen sände panelsamtal, debatt och författarintervjuer både på finska och svenska.

Sisuradio var med i årets *Världens barn*-insamling tillsammans med flera P4-kanaler.

Under 2019 har Sisuradio sänt *Karlavagnen* en kväll i veckan från Uppsala. Att finska hörs i ett av Sveriges mest kända radioprogram har en stor symbolisk betydelse för minoritetsspråkanvändarna. Redaktionen lyfter medvetet ämnen ur ett mångfaldsperspektiv.

Under hösten fick det tvåspråkiga fredagsprogrammet *Popula* i P4 nya programledare och nytt format. Tillsammans med gäster tar programledarna avstamp i Sverige och Finland och jämför och funderar kring varför länderna är så lika men ändå så olika. Samtliga medverkande kan prata finska, svenska eller mixat för att programmet ska ha ett avslappnat och identitetsstärkande tilltal.

Årets *Sverigefinnar*-utmärkelserna uppmärksammar personer som under det gångna året gjort betydelsefulla insatser för att lyfta fram sverigefinskhet och sverigefinska frågor. Nytt i år är Sisuradios pris för livsverk. Utmärkelserna delades ut på en direktsänd gala på Finlandsinstitutet i Stockholm i november. Projektet är ett samarbete mellan olika kulturinstitutioner: SR, SVT, tidningen Ruotsin Suomalainen och Finlandsinstitutet i Stockholm.

Musikprogrammet *Levyseppä* lockar äldre och yngre lyssnare med den egna mixen av bortglömda musikpärlor och nyare material. Programmet är stadigt Sisuradios mest populära sett till efterlyssningen på webben och Sveriges Radio Play.

I tonårsprogrammet *Tähti* hörs sverigefinska ungdomars tankar om livet och aktuella händelser. Utbudet för tonårspubliken sågs över och förnyades i slutet av året.

*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.

*Finnjävlarpoddens* tredje säsong publicerades under våren och har fortsatt hög lyssning.

På sociala medier har Sisuradio samlat olika mindre sidor under huvudvarumärket Sisuradio både på Facebook och Instagram och arbetat med att bygga en community. På Instagram har redaktionen satsat på en smalare målgrupp av andra generationens ungdomar med vinjetter som *Lär dig finska* och *Lär dig sverigefinska*.

**Tabell 23. Finska – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Vuxna</b>						
Förstasändning	4 697	4 371	3 581	3 576	3 613	3 427
Parallelsändning	1 371	1 475	1 826	1 801	1 812	1 812
Repris	624	915	1 451	1 448	1 446	1 644
<b>Summa vuxna</b>	<b>6 692</b>	<b>6 761</b>	<b>6 858</b>	<b>6 825</b>	<b>6 870</b>	<b>6 882</b>
<b>Barn upp till 12 år</b>						
Förstasändning	35	69	35	35	35	35
Parallelsändning	70	69	70	69	70	70
Repris	44	9	35	35	35	35
<b>Summa barn upp till 12 år</b>	<b>148</b>	<b>147</b>	<b>139</b>	<b>139</b>	<b>139</b>	<b>139</b>
<b>Ungdomar 13–19 år</b>						
Förstasändning	233	234	228	225	225	197
Parallelsändning	18	15	0	0	0	0
Repris	229	232	254	256	255	284
<b>Summa ungdomar 13–19 år</b>	<b>479</b>	<b>481</b>	<b>482</b>	<b>481</b>	<b>480</b>	<b>481</b>
<b>Totalt finska</b>	<b>7 319</b>	<b>7 390</b>	<b>7 479</b>	<b>7 445</b>	<b>7 490</b>	<b>7 502</b>



### 7.6.5 Meänkieli

Meänraatio, som är Sveriges Radios redaktion för meänkieli, har under året tack vare en stabil personalgrupp kunnat fortsätta arbeta med utveckling av arbetssätt och rutiner. Det kontinuerliga arbetet med programutveckling har som mål att Meänraatio ska vara en nationell kanal som når minoritetspubliken med angelägna program.

Meänraatios huvudredaktion finns i Pajala, redaktionen har också medarbetare i Uppsala och Övertorneå. 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 Norrbotten och Stockholm via marksänd radio samt via webb och sociala medier för meänkielitalande i andra delar av Sverige och världen. Meänraatio är aktuell och agendasättande och gör också regelbundna utblickar mot grannländerna i Barentsregionen.

Meänraatio har, tack vare välfungerande och enkla tekniska lösningar, under året genomfört många och varierande sändningar från olika delar av Norrbottens län och hela landet.

*Gränslöst* sänds en gång i veckan och riktar sig med ämnesval och tilltal mot en yngre publik. Programmet har som mål att unga som förstår språket ska lära sig mer och våga använda det. Meänkieli är huvudspråk, men inslag på både finska och svenska förekommer.

Varje månad direktsänds ett språkprogram där lyssnarna kan diskutera meänkieli med programledare och språkexperter.

För barn sänds varje vecka ett tiominutersprogram med sagor, berättelser och *Magiska skrinet*. Programmen samlas på webben under rubriken *Meän Kläpiti*. Satsningen på ett utökat och mer åldersspecifikt innehåll i barnprogrammen har fortsatt. Under året har lyssnarna också bjudits på inläsningar på meänkieli av välkända barnböcker.

*Finnmix*, ett gratulations- och hälsningsprogram som bygger på direkt lyssnarmedverkan, är inne på sitt 31:a år. Under året har en satsning gjorts på externa sidekickar. I programmet blandas meänkieli, svenska, och finska.

Under året har den fortsatta satsningen på webb och närvaro i sociala medier gett resultat genom ett ökat intresse och en tätare publikkontakt. För att göra utbudet mer tillgängligt för dem som inte behärskar meänkieli fullt ut skrivs Meänraatios texter på webben på både meänkieli och svenska.

Genom ett större digitalt utbud ska Meänraatio vara tillgänglig och relevant för meänkielitalande oavsett var de bor. Redaktionen ska också bidra till att majoritetspubliken får djupare kunskap om Sveriges minoriteter genom att redaktionens specialistkompetens kommer andra redaktioner inom Sveriges Radio till del. Arbetet med att förstärka samarbetet för detta med P4 Norrbotten och Sisuradio har inletts under året.

**Tabell 24. Meänkieli – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Vuxna</b>						
Förstasändning	268	259	245	270	270	269
Parallelsändning	274	248	396	409	431	430
Repris	27	37	75	77	75	75
<b>Summa vuxna</b>	<b>569</b>	<b>545</b>	<b>716</b>	<b>756</b>	<b>776</b>	<b>774</b>
<b>Barn upp till 12 år</b>						
Förstasändning	8	26	17	17	17	17
Parallelsändning	26	26	35	35	35	35
Repris	17	0	9	9	9	9
<b>Summa barn upp till 12 år</b>	<b>52</b>	<b>53</b>	<b>61</b>	<b>61</b>	<b>61</b>	<b>61</b>
<b>Ungdomar 13–19 år</b>						
Förstasändning	64	89	89	90	89	90
Parallelsändning	66	92	132	133	132	134
Repris	52	52	49	49	49	49
<b>Summa ungdomar 13–19 år</b>	<b>182</b>	<b>233</b>	<b>270</b>	<b>272</b>	<b>270</b>	<b>272</b>
<b>Totalt meänkieli</b>	<b>803</b>	<b>830</b>	<b>1 047</b>	<b>1 089</b>	<b>1 107</b>	<b>1 107</b>

## 7.6.6 Romani chib

Radio Romano producerar och sänder Sveriges Radios program på romani chib. Utbudet ska främja och stärka det romska språket, den romska kulturen och den romska identiteten för romanitalande i Sverige.

Redaktionen bevakar samhällsfrågor, politiska beslut och händelser relaterade till den romska minoritetens livsvillkor i Sverige med fördjupningar kring bland annat romsk inkludering i samhället, utbildnings- och omsorgsfrågor. Även andra nationella minoritetsfrågor med relevans för målgruppen bevakas. Under 2019 har redaktionen bland annat bevakat regelverket för romsk inkludering inom Stockholms stad.

För att även de romer som inte behärskar romani ska kunna ta del av innehållet, har Radio Romano på internet publicerat korta sammanfattningar av nyheter och inslag på svenska. Detta synliggör också den romska minoritetens frågor för svensk majoritetspublik och andra minoriteter.

Radio Romano har även en omfattande kulturbevakning och har under året rapporterat direkt från kulturfestivaler i Malmö, Göteborg och Stockholm. Redaktionen bevakade också "Khamoro" i Prag som bedöms vara den viktigaste romska festivalen i Europa. Redaktionen sände även "En oförglömlig historia – trajosko drom" från Södra Teatern i Stockholm. Varje fredag sänds ett av publiken mycket uppskattat önskeprogram med romsk musik.

Radio Romano sänder egenproducerade barnprogram, bland annat nya sagor för barn på olika romska dialekter som lovari, kaldersah, arli, kale och resande romani. Dessutom finns tidigare års barnprogram tillgängliga on demand.

I ungdomsprogrammet *Terni Generatcia* bevakas frågor som rör romsk vardag, kultur och underhållning ur ett ungt perspektiv. Programmet sänds från Malmö och har även inkluderat utesändningar i samband med romska evenemang. Under 2019 har fokus även lagts på att öka dialogen med publiken via sociala medier. Perspektivet är brett, från populärmusik till Black Friday, från frågor om utanförskap och gapet mellan myndigheter och romer till romsk matlagning och underhållning.

Genom samarbete med *Ekot* och lokala kanaler har perspektiven kunnat vidgas även för andra lyssnare i frågor om exempelvis tiggeritillstånd. Andra samarbeten har varit en serie om finska romer tillsammans med SR Sisuradio och en dokumentär i P1-programmet *Tendens* om romsk identitet.

Radio Romano har under året även bevakat en rad romska konferenser runt om i världen vilka har betydelse för romsk identitet i Sverige och även bevakat och sänt från romska center runt om i landet. En viktig förflyttning handlar om att även de romska offren för förintelsen nu uppmärksammas i samband med olika minnesdagar i Sverige över året.

**Tabell 25. Romani chib – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Vuxna</b>						
Förstasändning	115	115	115	114	113	113
Parallelsändning	115	115	115	111	113	113
Repris	115	115	115	115	113	113
<b>Summa vuxna</b>	<b>345</b>	<b>345</b>	<b>345</b>	<b>340</b>	<b>339</b>	<b>339</b>
<b>Barn upp till 12 år</b>						
Förstasändning	2,6	6,1	6,2	6,1	4,7	4,6
Parallelsändning	2,6	2,6	2,7	2,6	4,6	4,6
Repris	2,6	2,6	2,7	2,6	4,6	4,6
<b>Summa barn upp till 12 år</b>	<b>7,8</b>	<b>11,3</b>	<b>11,5</b>	<b>11,3</b>	<b>13,9</b>	<b>13,9</b>
<b>Ungdomar 13–19 år</b>						
Förstasändning	13	13	18	35	39	<b>39</b>
Parallelsändning	13	13	13	34	39	<b>39</b>
Repris	13	13	13	13	13	<b>13</b>
<b>Summa ungdomar 13–19 år</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>45</b>	<b>82</b>	<b>91</b>	<b>91</b>
<b>Totalt romani chib</b>	<b>392</b>	<b>395</b>	<b>400</b>	<b>433</b>	<b>444</b>	<b>444</b>

### 7.6.7 Jiddisch

Sveriges Radio har i många år på olika sätt uppmärksammat det nationella minoritetsspråket jiddisch i programverksamheten. Sagor på jiddisch ingår i *Magiska skrinet* som finns på webben och som kan laddas ned. Nya sagor sänds även i FM-kanalen P6. 2019 var det dags för en saga av Rose Lagercrantz – *Två av allt* – som handlar om två judiska barns uppväxt i Rumänien under kriget.

P1 sände 2019 en ny och utökad omgång av serien *Jiddisch far alle* – korta program på jiddisch om hur språket lever i Sverige och världen i dag. Serien finns även för nedladdning.

I *P2 Live* sändes under 2019 flera konserter med grupper som inspirerats av klezmermusiken och sjunger på jiddisch, en dokumentär om jiddisch och dess musikaliska rötter och i programmet *Klingan* sändes en specialtimme med enbart musik med judisk anknytning och på jiddisch.

**Tabell 26. Jiddisch – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	1,2	1,2	1,5	1,5	3,3	3,3
Parallelsändning	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Repris	0,0	1,0	0,7	0,3	4,0	4,0
<b>Totalt jiddisch</b>	<b>1,2</b>	<b>2,2</b>	<b>2,2</b>	<b>1,8</b>	<b>7,3</b>	<b>7,3</b>

### 7.6.8 Utbud på andra minoritetsspråk

Utöver de nationella minoritetsspråken erbjuder Sveriges Radio via internet ett nyhets- och aktualitetsutbud på arabiska, kurdiska (sorani/kurmanji), persiska (farsi/dari), somaliska, engelska och på lätt svenska till en nyanländ publik.

Den engelska redaktionen sammanfattar veckans viktigaste svenska nyheter i en podd vilken även sänds i FM. På arabiska sänds varje vecka en talkshow i FM.

Alla fem språken erbjuder även lyssnarna två minuter långa nyhetspoddar varje veckodag. Poddarna är tillgängliga bland annat i SR-appen, på Spotify och iTunes och innehåller en nyhetsöversikt av dagens viktigaste inrikes händelser.

Hösten 2019 hade redaktionen runt 220 000 följare på Facebook fördelat på de olika språken. Persiska redaktionen fortsätter vara en av de redaktioner på Sveriges Radio som har störst interaktion med sin publik i sociala medier.

I sändningar på arabiska samt i *Ekot* har lyssnare kunnat ta del av en granskning av hur den utvisningshotade ”Västeråsımamen” radikaliserat unga svenskar och som anställd på ett välkänt utbildningsföretag erbjudit jobb ”anpassade för muslimer”.

Ett liknande exempel i sändningar på somaliska samt i *Ekot* var nyheten om skärpta regler kring så kallade ”hawala”-företag, som gör det svårare för svensk-somalier att skicka pengar till Somalia. Redaktionen avslöjade också hur en svensk man med eritreansk bakgrund försvunnit i Etiopien under 2018 och inte hörts av sedan dess.

I sändningar på engelska rapporterades återkommande om effekterna av brexit för briter bosatta i Sverige.

2019 var det 80 år sedan Sveriges Radio började sända på andra språk än svenska. Den engelska redaktionen började sina sändningar i september 1939. Redaktionen uppmärksammade jubileet med reportageresor för att träffa publik och fånga röster från olika delar av Sverige. Det resulterade bland annat i en diskussion på dari kring begreppet ”ensamkommande”. Den persiska redaktionen mötte en större grupp ensamkommande ungdomar i Mölndal och en grupp afghanska kvinnor i Göteborg, och den kurdiska redaktionen träffade flera grupper av nyanlända yazidier i Helsingborg och Malmö.

Ett samarbete med syfte att introducera *Ekot Radio Sweden* för en bredare publik genomfördes också under jubileumssatsningen där reportrar berättade om verksamheten på andra språk i FM-sändningar i P4-kanaler.

Podden *Radio Sweden på lätt svenska* tillkom 2016. En stor andel av den publik som tar del av de sändningar *Ekot Radio Sweden* gör på olika språk kommer från länder där tillgången till oberoende nyhetskällor inte alltid är självklar. För att dessa lyssnare ska kunna få kunskap om Sveriges Radios roll som oberoende har ett utbildningsmaterial som förklarar konceptet public service tagits fram. Studiematerialet finns i både tryckt och digital form och vänder sig primärt till elever i slutet av sin sfi-utbildning. På programsidan för *Radio Sweden på lätt svenska* kan lyssnaren hitta ljudfiler för hörförståelse och extramaterial, bland annat en intervju med Sveriges Radios vd Cilla Benkö.

Det faktum att Radio Sweden och de nationella minoritetsspråksredaktionerna ingår i Ekots organisation, och att dessa samarbetar med Sveriges Radios övriga redaktioner och lokala kanaler, ger publicistiska synergieffekter i form av att nyheter fångas upp och fler perspektiv hörs även i svenskspråkiga nyhetssändningar.

### 7.6.9 Dialog med berörda grupper

Sveriges Radio har en pågående dialog med publiken genom redaktionerna för minoritetsspråk. Dialogen sker på olika sätt, till exempel under utesändningar, via e-post, telefon och sociala medier där det är lätt att komma med synpunkter och nå berörda. För att komma närmare sin publik har Meänraatio ökat antalet utesändningar och oftare gjort intervjuer där publiken samlas i andra sammanhang. Radio Romano har genomfört en publikturné i städer där en större romsk befolkning finns.

Sveriges Radio har också arbetat via andra redaktioner än minoritetsspråksredaktionerna (och i samarbeten mellan redaktioner) med att spegla minoriteternas levnadsvillkor för att öka kunskapen i majoritetssamhället. Detta görs bland annat genom samarbeten mellan *Ekot* och Sisuradio eller mellan Meänraatio och lokala kanaler i norr.

Sveriges Radio har 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 befinna sig ”på armlängds avstånd” för att oberoendet för public service aldrig ska kunna ifrågasättas. Därför har Sveriges Radio under de senaste tre åren ökat antalet kontakter för en dialog mellan representanter för olika minoritetsorganisationer och SR på strategisk nivå och ledningsnivå, medan redaktionerna fortsatt främst har dialog med publiken. Således har utbuds- och kanalansvarig för de nationella minoritetsspråken och SR-representanter från ledningsnivå under 2019 haft fördjupade möten med bland annat

- Svenska Tornedalingars Riksförbund
- Sverigefinska Riksförbundet och Sverigefinska Ungdomsförbundet
- Sametinget
- Romskt kultur- och informationscenter i Malmö
- Sveriges Jiddischförbund.

Dialogen, som fortsätter under 2020, bidrar till att skapa en större förståelse för Sveriges Radios inriktning gällande utbudet på nationella minoritetsspråk men även ökad kunskap hos SR om de nationella minoriteternas behov och särskilda önskemål.

## 7.7 Variation i produktionsformer

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 7)

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

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

Hur samarbetet med externa produktionsbolag organiseras beskrivs i avsnitt 4.1.4.

En övervägande del av det samlade utbudet är moderna nyhets- och aktualitetsflöden som produceras av redaktioner i hela landet. Här bidrar utomstående för att skapa ökad kvalitet men, på grund av produktionens integrerade särart, inte mätbar kvantitet i sändningstid. Ett exempel är när en programledare har egen firma medan producent, reporter och tekniker är anställda av Sveriges Radio. I ett program som sänds en timme i veckan är det då omöjligt att dela upp programmet på hur många sändningsminuter som är gjorda av den externa programledaren respektive av den interna personalen.

I andra delar av utbudet finns en mer traditionell tablålagd programradio där det är tydligare hur utomstående medverkande och bolag berikar i kvantitativ och kvalitativ bemärkelse.

Det här sättet att producera leder till att Sveriges Radio redovisar utomståendes medverkan i programutbudet mätt i resurser samt antal medverkande och bolag.

**Tabell 27. Utomståendes medverkan i Sveriges Radios programutbud, miljoner kronor**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Medverkande och programanställda</b>						
Medverkande	46,9	44,2	42,1	39,0	41,5	38,3
Programanställda	92,5	102,0	110,2	108,4	111,5	116,9
<b>Delsumma</b>	<b>139,4</b>	<b>146,1</b>	<b>152,4</b>	<b>147,4</b>	<b>153,0</b>	<b>155,2</b>
<b>Andra slags produktionssamarbeten</b>						
Anlitade bolag	150,0	157,2	164,1	160,7	168,0	167,3
Samproduktioner	2,9	2,7	2,5	2,7	0,8	1,3
Förvärv av sändningsrätter	0,5	0,6	0,7	0,8	0,1	0,8
<b>Delsumma</b>	<b>153,4</b>	<b>160,5</b>	<b>167,4</b>	<b>164,1</b>	<b>168,9</b>	<b>169,3</b>
<b>Musikrättigheter</b>	<b>131,1</b>	<b>153,5</b>	<b>153,2</b>	<b>145,0</b>	<b>143,7</b>	<b>145,1</b>
<b>Totalt utomståendes medverkan</b>	<b>423,9</b>	<b>460,2</b>	<b>472,9</b>	<b>456,5</b>	<b>465,6</b>	<b>469,7</b>

Sveriges Radios kostnader för utomståendes medverkan uppgick 2019 till närmare 470 miljoner kronor, varav musikrättigheter 145 miljoner kronor.

### Utomståendes medverkan i egen produktion

Utomstående medverkande hörs i alla kanaler i form av programledare, frilansare och olika experter.

Sveriges Radio Dramas utbud i P1, P2 och P4 bygger på utomstående kompositörer, skådespelare, regissörer, dramatiker och författare som kontrakteras för alla produktioner. Även externa bolag anlitas.

I *Språket i P1* hörs varje vecka språkexperter från Göteborgs universitet. I *Ring P1* är sex av elva programledare externa och står för cirka hälften av årets sändningsveckor. *Sommar i P1* har varje år 58 externa medverkande, *Vinter i P1* har åtta. Sammantaget har *Sommar & Vinter i P1* cirka 30 externa producenter.

Programmet *Tankar för dagen* i P1 utgör en daglig yta för existentiella frågor, ofta utifrån samhällsliga tendenser. Alla medverkande är externa, såsom filosofer, författare, präster, poeter och journalister.

Kommentatorer och krönikörer medverkar i P1:s nyhets- och aktualitetsprogram *Studio Ett* och *God morgon, världen!*. Experter anlitas regelbundet i program som *Filosofiska rummet*, *Odlas med P1* och *Radiopsykologen*. Kulturessäerna i *OBS* görs av utomstående skribenter, författare och kritiker.

*Musikrevyn* i P2 har varje vecka en panel med musiker, journalister eller dramaturger som recenserar nyutkommen klassisk musik.

P3:s *Relationsradion* har dagligen en extern programledare som bidrar med ungt perspektiv och idéer som inte har ingått i det redaktionella arbetet. Kanalen P3 Din Gata bjuder in dj:s och musiker varje vecka till att spela sina musikmixar. Experter hörs återkommande i *Musikguiden* i P3.

P4 har externa programledare i till exempel *Ring så spelar vi*, *P4 Extra*, *Karlavagnen* och *Kvällspasset*. *Jukeboxen* i P4 programleds av kända musikartister. *Radiosporten* har i år haft 19 profilerade externa experter, framför allt vid större mästerskap, och dessutom externa programledare och referenter.

Utomstående programledare och sidekickar hörs regelbundet i P4:s lokala kanaler, till exempel en morgon i veckan i P4 Gävleborg och i ”Tisdagsresan” i P4 Skaraborg där en frilansare varje vecka sänder förmiddagsprogrammet från en mindre ort. P4 Uppland har extern medverkan en eftermiddag och två förmiddagar i veckan. P4 Västernorrland har en skådespelare som programledare varje vecka. Externa programledare hörs i många lokala kanalers *P4 Nästa* och i *Vi i femman*. I rimstugor finns varje år lokala skådespelare och komiker.

Utomstående experter svarar på frågor i de lokala kanalerna inom ämnen som mat, resor, politik, juridik, populärkultur, samlevnad, ortnamn och natur. Många kanaler anlitar också lokala sportfrilansare.

P4 Malmöhus gjorde med hjälp av högskolor och universitet serien ”100 sekunder vetenskap” i 16 delar om forskning. I en serie i P4 Värmland lyfte poeten Ismael Ataria fram lokala röster om vad som är värmländskt. P4 Örebro har anlitat en frilansande journalist för en serie intervjuer med länsbor. P4 Sjuhärad utvecklade originaljournalistiken tillsammans med en av Sveriges mest framträdande grävande journalister.

**Tabell 28. Antal arvoderade medverkande**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Antal arvoderade medverkande	2 220	1 967	1 780	1 490	1 371	1 457

Antalet arvoderade medverkande har minskat jämfört med början av tillståndsperioden. För att säkra kompetensen inom områdena ungt, digitalt och lokalt har Sveriges Radio tillsvidareanställt fler medarbetare. En annan orsak är en dom i Arbetsdomstolen 2012 som har lett till ett minskat antal frilansare totalt sett på marknaden. Domen satte nya gränser för tillämpningen i vad som anses vara anställningsliknande former och har resulterat i fler anställningar inom Sveriges Radio.

### Utläggningar till och samarbeten med externa produktionsbolag

Externa bolag anlitas för korta och långa serier och inom olika ämnesområden för att publiken ska få ett varierat utbud. Sveriges Radio har 2019 samarbetat med produktionsbolag från olika delar av landet. Syftet är att få en bredd och flexibilitet i programproduktionen och att röster från många delar av Sverige ska höras i sändningarna. Vissa produktioner består av enstaka eller några få program, och andra produktioner sänds regelbundet över en längre tid.

*Kalejdoskop* i P2 (Massa Media i Piteå AB) och *Kropp och Själ* (Filt AB) i P1 är exempel på programserier som sändes varje vecka under hela 2019, medan programmet *App och etikett* (producerat av Munck Studios AB) sändes i tio delar hösten 2019.

Även serier om speciella ämnen eller genrer görs av externa produktionsbolag. Några exempel:

- Produktionsbolaget Prata AB har producerat programserien *Klimatspår* under 2019, ett program om vilka konsekvenser miljöförändringarna har lett till i Sverige.
- Ljudbang AB producerade åtta avsnitt av programmet *Funk i P1* för och om människor med funktionsvariationer.
- Tintenfish Media AB har producerat programserien *Elektroniskt i P2*, en programserie om elektronisk musik i olika former.
- Tredje Statsmakten Media AB har producerat podden och programserien *P3 Musikdokumentär*, om kända utländska och svenska musikartister.



- SMT Radio AB producerade programserien *Tio EU-frågor* i P4 inför EU-valet.
- Malmöbaserade Lokatt Media HB producerade programserien *Pyramiden* som vänder sig till människor som är eller snart kommer att bli pensionärer.

Inköp av sändningsrätter från externa radioproduktionsbolag är en produktionsform som inte är så utbredd i radiobranschen. Under 2019 har Sveriges Radio exempelvis köpt sändningsrättigheterna till programmet Guldklavengalan som sändes direkt från Svenska Dansbandsveckan i Malung. Produktionen gjordes av Massa Media i Piteå AB.

**Tabell 29. Antal anlitade bolag för programproduktion**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Stockholm	977	1 038	924	884	891	815
Berwaldhallen	209	177	196	190	217	216
SR Blekinge	5	9	4	7	5	6
SR Dalarna	18	7	12	15	15	15
SR Gotland	16	29	19	22	14	13
SR Gävleborg	19	13	5	14	8	9
SR Göteborg	236	184	154	125	95	89
SR Halland	21	13	18	18	12	14
SR Jämtland	35	16	13	7	9	8
SR Jönköping	18	24	20	19	11	10
SR Kalmar	16	14	10	5	6	7
SR Kristianstad	30	25	27	21	24	21
SR Kronoberg	38	34	32	35	34	45
SR Malmöhus	154	168	171	155	127	134
SR Norrbotten	67	112	87	64	77	80
SR Sjuhärad	10	10	7	4	2	5
SR Skaraborg	45	38	38	21	22	19
SR Stockholm	140	103	28	37	33	24
SR Sörmland	34	20	19	31	15	13
SR Uppland	81	83	70	62	50	50
SR Värmland	32	33	20	26	21	23
SR Väst	12	16	11	11	7	10
SR Västerbotten	56	57	49	50	50	54
SR Västernorrland	34	24	44	37	35	27
SR Västmanland	13	12	8	11	13	13
SR Örebro	22	10	10	7	9	4
SR Östergötland	16	30	17	2	6	13
SR Programteknik	6	8	8	3	5	4
<b>Total</b>	<b>2 360</b>	<b>2 307</b>	<b>2 021</b>	<b>1 883</b>	<b>1 813</b>	<b>1 741</b>
<b>Antal unika</b>	<b>1 917</b>	<b>1 898</b>	<b>1 778</b>	<b>1 674</b>	<b>1 612</b>	<b>1 542</b>

Tabellen visar antalet anlitade bolag per redaktion. Några bolag har anlitats av flera redaktioner vilket innebär att dessa bolag redovisas på flera orter. Det är skillnaden mellan raden Total och raden Antal unika där varje bolag endast räknas en gång oavsett hur många redaktioner det levererat till.

Ett fel upptäcktes 2018 i den modell som sedan 2016 använts för att ta fram antal bolag per ort. Enligt den modellen hade samma bolag i vissa fall räknats flera gånger för samma ort. Siffrorna för 2016 och 2017 har därför korrigerats.

Antalet anlitade produktionsbolag har minskat under tillståndsperioden, men Sveriges Radios resurser till bolag har ökat under samma period från 150 miljoner kronor 2014 till 167 miljoner kronor 2019.

Mängden produktioner skiljer mellan bolagen. Några har levererat många program eller serier, medan andra har fått enstaka beställningar eller medverkat i Sveriges Radios egna produktioner. Merparten av de anlitade bolagen är enmansbolag. De största leverantörerna är A-One Produktion AB, Filt AB, Massa Media i Piteå AB, Munck Studios AB, Smtexpertis AB och Tredje Statsmakten Media AB.

## 7.8 Det breda anslaget

Sveriges Radio ska erbjuda ett mångsidigt programutbud som omfattar både det breda anslaget och mer särpräglade programtyper. Stora delar av publiken lyssnar regelbundet på utbudet inom de programkategorier som redovisas i detta avsnitt.

### 7.8.1 Sport

Sportbevakningen når en mycket bred publik, som exempel kan nämnas att *Sportextra* på söndagar i P4 är ett av Sveriges Radios publikt största program med i genomsnitt 1,7 miljoner lyssnare 12–79 år.

Radiosporten är den sportredaktion i Sverige som har flest sändningsrättigheter vilket ofta utnyttjas med bevakning på plats. Redaktionen är i ett flertal fall det enda public service-alternativet för direktsändningar från stora mästerskap, som till exempel OS.

Vid sidan av de stora nationella ligorna som SHL och fotbollsallsvenskan för både damer och herrar har redaktionen under 2019 på plats bevakat bland annat friidrotts-VM, ishockey-VM, handbolls-VM, VM i längdskidor och curling-VM. I Östersund/Åre avgjordes alpina VM och skidskytte-VM där en provisorisk radiostudio byggdes och *Sportextra* sändes inför besökarna på arenorna.

Allra störst satsning gjordes 2019 på fotbolls-VM för damer, den största satsningen hittills på ett dammästerskap. Två reportrar punktmarkerade det svenska laget, och de flesta matcher under mästerskapet sändes i delar eller i sin helhet. En del i satsningen var också att utveckla *VM-kollen* för röststyrda högtalare som talar svenska.

Radiosporten arbetar aktivt för att jämna ut den sneda fördelningen mellan manligt/kvinnligt i sportens värld. Detta gäller både vilka som arbetar på redaktionen och vilka sporter som bevakas.

Ett antal granskningar inom sportens värld har också gjorts under året.

- Inför beskedet om OS 2026 granskade Radiosporten Stockholms ansökan, med fokus på ekonomi och anläggningar.
- ”Hockeyns huvudvärk”, en serie om huvudskador inom ishockeyn. Problemen med hjärnskakningar efter tacklingar mot huvudet redovisades och potentiella åtgärder likaså.
- ”Division 5-döden”, ett program om elitfotbollen på damsidan som går framåt och professionaliseras internationellt, men där bredden smalnas av och antalet damlag i fotboll blir färre. I programmet går experter och spelare igenom siffror och gör en konsekvensanalys.

**Tabell 30. Sport – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	2 864	2 500	2 610	2 501	2 657	2 515
Parallelsändning	147	155	182	179	161	154
Repris	1	23	114	113	113	116
<b>Totalt</b>	<b>3 012</b>	<b>2 678</b>	<b>2 907</b>	<b>2 793</b>	<b>2 931</b>	<b>2 785</b>

Antalet sända sporttimmar ökar respektive minskar vartannat år beroende på när större sportevenemang som OS och VM genomförs eftersom dessa då får större utrymme i tablån. På motsvarande sätt minskar och ökar det lokala P4-utbudet då del av ordinarie sändningstid överläts till sportsändningar.

## 7.8.2 Livsstil

Sveriges Radio definierar program i ”livsstilsgenren” som program om exempelvis fritid, hälsa, känslor och relationer. I dessa program får lyssnare ställa frågor direkt till experter – inom vitt skilda fält. I denna genre skildras allt från tågresa till skönhetsoperationer eller fjällvandringar, och publiken medverkar med egna upplevelser av till exempel ekonomiska bekymmer vid skilsmässa, kampen mot åldrandet eller livet med psykisk ohälsa.

Det är i de här programmen som kunskap inom många olika specialområden når en stor lyssnarkrets vilket ligger i Sveriges Radios folkbildande uppdrag. Ett exempel på det kan vara programmet *Plånboken* i P1 där experter svarar på frågor om allt från aktier och räntor till hur pensionssystemet eller arvsrätten fungerar. Publikens medverkan är betydelsefull för programmets innehåll och ofta lever diskussionen om de frågor som tas upp vidare på sociala medier.

Livsstilsprogrammen ska ge lyssnarna nytta och glädje. Programform, ton och innehåll varierar starkt beroende på kanal, målgrupp och vilket ämne som står i fokus. Några exempel:

- *Odla med P1* är ett program för alla fritidsodlare och här diskuteras såväl nya rön som rätt metod för ympning av rosor. Programmet sänds vår, sommar och höst, och programledare, experter och andra medverkande är ofta ute och möter sin publik i sändningar utanför radiohuset.
- *Ute med P1* är ett program om friluftsliv, och här möter man människor som jagar, sköter fjällstugor eller åker på skärgårdsluff.
- *Relationsradion i P3* tar upp alla de saker som händer i relationer – oavsett om det handlar om vänskaps-, familje- eller kärleksrelationer. Målgruppen är de yngre lyssnarna, och programmet bygger på de frågor som publiken kommer med.
- *Kvällspasset* i P4 har blivit ett av kanalens mest uppskattade program. Det bygger helt och hållet på att lyssnare ringer in och delar med sig av erfarenheter och berättelser kring det som är kvällens tema. Det kan vara allt från ”udda möten med kändisar” till ”jag blev bestulen av ett djur (sic!)”.

**Tabell 31. Livsstil – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	3 726	4 149	4 495	4 505	4 321	4 176
Parallelsändning	248	184	107	104	104	104
Repris	349	422	597	606	597	557
<b>Totalt</b>	<b>4 322</b>	<b>4 755</b>	<b>5 200</b>	<b>5 215</b>	<b>5 022</b>	<b>4 836</b>

## 7.8.3 Underhållning

Att vara underhållande är något Sveriges Radio strävar efter på många olika sätt. Publiken uppger att ”bli underhållen” är en starkt bidragande orsak till varför man väljer att lyssna på radio. För Sveriges Radios del handlar ”att vara underhållande” om olika saker i olika program och olika kanaler. Även kultur- eller samhällsjournalistik kan vara underhållande i betydelsen ”engagerande att lyssna på”. Men i mer renodlad underhållning skiljer sig tonfall och karaktär åt beroende på målgrupp och kanal.

Några exempel:

- *På minuten* i P1 har funnits i 50 år och är fortfarande en publikframgång. Fyra panelmedlemmar – oftast komiker eller skådespelare – tävlar om att på en minut berätta en historia utan att staka sig, upprepa sig eller tveka.
- I *Anna Blomberg i P4* gör skådespelaren och imitatören Anna B korta, absurda sketcher om och med samtida kändisar.
- *Tankesmedjan* i P3 är ett humor- och satirprogram om nyheter och aktualiteter – med fokus på inrikespolitik och med en humoristiskt vass udd riktad mot samtiden.
- Klassiker som *Ring så spelar vi* och *Melodikrysset* i P4 hör alltså till Sveriges Radios största program och når i snitt 1,6 respektive 1,3 miljoner lyssnare när de sänds på helgerna.

**Tabell 32. Underhållning – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	6 172	6 129	5 983	6 018	5 811	4 987
Parallelsändning	884	925	1 008	1 009	1 015	1 015
Repris	258	302	399	359	363	394
<b>Totalt</b>	<b>7 314</b>	<b>7 356</b>	<b>7 390</b>	<b>7 386</b>	<b>7 189</b>	<b>6 397</b>

## 7.9 Lokalt uppdrag

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 1)

### 7.9.1 Sveriges Radio P4 – 25 lokala kanaler och riksutbud

P4 är Sveriges största radiokanal sett till antalet lyssnare, i befolkningen över 9 år lyssnar 3,4 miljoner personer under ett genomsnittligt dygn. Kanalen ska ge aktuell, flexibel och direktsänd radio som utgår från publikens behov av nära information. Beredskap finns för att vara på plats och sända själv eller bistå vid rikssändning dygnet runt alla dagar.

Kanalen har stor bredd och bygger på olika sätt på publikens medverkan, bland annat i form av inspel i aktuella ämnen, nyhetstips och genom lokala publiknätverk. Drygt 12 000 personer deltar i dessa nätverk som syftar till att bredda perspektiven genom att kanalerna får närmare kontakt med en blandad grupp lyssnare. Utöver detta arbetar många av P4:s redaktioner utanför radiohusen för att möta publiken både i och utanför sändning och fånga upp tankar, idéer och perspektiv hos lyssnarna. Att en mångfald av röster hörs och åsikter möts i Sveriges Radio växer i betydelse i en allt mer fragmentiserad och polariserad värld.

P4 bjuder på nyskriven dramatik för barn, nyheter, sport och program av mer underhållande karaktär som musiktävlingen *P4 Nästa*. Även kultur- och musikprogram och lokala evenemang erbjuds. Varje vardagsmorgon sänds riksproducerat innehåll för barn som en del av flödet i alla lokala kanaler.

Tablån utgår från hur publikens behov växlar under dagen. Under morgon och eftermiddag är uppdateringen av lokala nyheter och nyheter från *Ekot*, aktualiteter, trafik- och serviceinformation extra intensiv. Förmiddagen innehåller mer av kultur, nöje, livsstil och underhållande samtal, men även här finns nyheter, trafik och väder med som en röd tråd. På eftermiddagarna sänds riksprogrammet *P4 Extra*.

På kvällarna sänds aktualitets- och underhållningsprogrammet *Kvällspasset i P4*, *Klartext*, *Sportextra* och *Karlavagnen*. På helgerna sänds *Ring så spelar vi*, *Melodikrysset* och *Svensktoppen*, lokala nyheter, nyheter från *Ekot*, *P4 Extra*, sport samt genreprogram om exempelvis musik. Under kvällarna uppdateras den lokala publiken om nyhetsläget genom korta rapporter under riksprogrammen i FM samt digitalt.

Bemanningen på lokala kanaler lokalt har stärkts i två steg från 2018. Dels i samband med att bevakningen stärktes under kvällar och helger, dels togs under 2019 beslut om att under 2020 anställa cirka 20 nya medarbetare på lokala kanaler. Detta för att klara av ett utökat uppdrag och nya insatser som görs för att SR återkommande ska finnas på plats i alla Sveriges 290 kommuner.

Under nio månader 2019 delade P4 Malmöhus upp sändningar över nordvästra Skåne och sände ett särskilt lokalt morgonprogram (*P4 Morgon*) i Helsingborg. Denna insats gjordes för att nå en stor befolkning i ett tydligt eget geografiskt område.

Under hösten startades P4 Södertälje som sänder ett lokalt morgonprogram från centrala Södertälje, satsningen beskrivs närmare i 7.9.3 Stockholmskanalerna.

En rad företagsövergripande satsningar och utvecklingsprojekt utgår från de lokala P4-kanalernas arbete. De syftar till ökade synergieffekter och stärkt bevakning såväl nationellt som lokalt. Det gäller exempelvis nätverket SR Granskar, projektet för stärkt kulturbevakning samt åtgärder för mer lokal närvaro i exempelvis P1-morgon.

## 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 utvecklar löpande sin egen granskande journalistik vilken även sänds i rikskanaler.

Det är av största vikt att stärka rollen som granskare och förmedlare av lokala händelser. Nyheter, även nationella nyheter och världsnyheter, publiceras så snart som möjligt i FM och på digitala plattformar. Kanalerna har utvecklat metoder för att rama in riksnyheter i sin lokala tablå och koppla dem till sin lokala kontext.

Att vara snabbt ute på plats och sända direkt är tack vare ny teknik är betydligt enklare än tidigare, och det görs dagligen av samtliga lokala kanaler. För att snabbare och med bibehållen hög trovärdighet kunna berätta vad som händer sena kvällar utökade P4-kanalerna under 2018 sin bevakning under helger och kvällar. Detta utvecklingsarbete har fortsatt under 2019, i FM, på de lokala webbplatserna och i appen *SR Play*.

Alla lokala kanaler använder nu push-notiser som skickas ut till smarta telefoner vilket innebär att lyssnaren direkt får veta när större nyhetshändelser inträffat.

### Konstruktiv journalistik

Under 2019 har tidigare års utveckling av konstruktiv journalistik i P4 fortsatt. Målsättningen är att öka relevansen och komplexiteten i journalistiken och även undersöka möjliga lösningar på problem. Genom att samla in frågor och tankar från människor i hela landet kan ämnen, som annars kanske inte skulle ha rapporterats om, sättas i fokus och leda till reportage och diskussioner i både radio och i sociala medier. Inför EU-valet var ämnena vitt skilda, såsom konkurrensvillkor för lantbrukare i EU, plastanvändning och populism. Valbevakningen i lokala kanaler beskrivs mer utförligt i 7.2.6 EU-valet.

### Storstadsreportrar

För att kunna fortsätta bevaka storstädernas särskilda situation och problematik vad gäller segregering, bostadsbrist, arbetsmarknad och socioekonomiska faktorer pågår sedan 2014 en satsning med storstadsreportrar. Genom storstadsreportrarna kan händelser fördjupas och sättas i sammanhang.

### Ljudet i fokus

De senaste åren har ett stort utvecklingsarbete gjorts kring hur P4-kanalerna utformar nyheter digitalt. Utvecklingen har fortsatt under 2019, både genom att alla lokala kanaler har en spellista med lokala nyheter i *SR Play* och genom att de viktigaste lokalt producerade nyheterna varje dag publiceras tillsammans med riksnyheter i den samlade nyhetsspellistan Toppnyheter.

## 7.9.3 Stockholmskanalerna

För att prioritera och koncentrera resurser effektivt och stärka den lokala bevakningen i Stockholms län lades kanalen P5 ned i slutet av 2018. Samtidigt höjde P4 Stockholm ambitionerna bland annat vad gäller att rapportera på plats runt om i länet.

Antalet länsreportrar med placering utanför Radiohuset dubblades från fyra till åtta under 2019. Förutom redaktionen i Radiohuset i Stockholm har P4 Stockholm också lokalredaktioner i Södertälje, Flemingsberg, Norrtälje och Järvaområdet.

Syftet med förändringen är att stärka och fördjupa bevakningen av ett län med 26 kommuner och drygt två miljoner invånare.

Satsningen på den större reporterstyrkan syftar också till fler granskningar och originaljournalistik. Så kallade live-reportrar som är ute under hela dagen ser till att kanalen snabbt är på plats vid större nyhetshändelser.

P4 Stockholm har samma uppdrag som övriga P4-kanaler men större resurser för att kunna bedriva en relevant bevakning och nå ut till en så stor och mångfasetterad publik.

Som för alla andra lokala kanaler är mångfald, publikmedverkan och ett underhållande format med en mix av olika sorters innehåll viktigt.

Under hösten startades P4 Södertälje som sänder ett lokalt morgonprogram varje vardag 06:00–10:00 från centrala Södertälje. De flesta medarbetarna har koppling till Södertälje eller Botkyrka genom att de antingen bor i eller har vuxit upp i området.

Därmed har P4 Stockholm två morgonprogram – ett för större delen av länet och ett för Södertälje med omnejd i södra delen av regionen. Morgonprogrammet från Södertälje sänds över P5:s gamla frekvens och kan därmed höras över hela länet. Satsningen följs upp med publikundersökningar om lyssning, kännedom och uppfattningar om det nya programmet och P4:s närvaro i Södertälje.

#### **7.9.4 Samarbeten och dialog med lokala kommersiella aktörer**

Sveriges Radio har sedan flera år tillbaka ett flertal samarbeten med tidningsutgivare lokalt och regionalt. Avtal har skrivits om så kallad kredning, där nyhetsaktörer tydligt hänvisar till varandra vid de tillfällen nyheter citeras och länkar direkt till den ursprungliga publiceringen.

För att öka kunskapen hos barn och unga om demokrati och tryck- och yttrandefrihet arrangerar Sveriges Radio tillsammans med Sveriges Television och lokala kommersiella mediehus sedan flera år tillbaka *Fria ordets dag* på flera platser i Sverige. Under dessa dagar får de olika kommunernas sjätteklassare lära sig mer om demokrati, yttrandefrihet och källkritik under en heldag. Under 2019 arrangerades *Fria ordets dag* i Växjö och Karlskrona, under 2020 kommer arrangemanget äga rum i ett antal kommuner ytterligare.



## 7.10 Beredskap och viktig information till allmänheten

### 7.10.1 Risk- och sårbarhetsanalyser

SR ska utifrån en risk- och sårbarhetsanalys analysera och värdera sändningsverksamheten så att avbrott så långt som möjligt kan undvikas. Detta arbete ska ske efter samråd med Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB). Analysen ska resultera i beredskapsplaner vilka årligen före den 1 mars ska lämnas till Regeringskansliet (Kulturdepartementet) och till MSB för kännedom. Om högsta beredskap råder i landet ska SR utgöra en självständig organisation med totalförsvarsuppgifter och lyda direkt under regeringen.

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 24)

Som en del av en regelbunden beredskapsplanering genomförs risk- och sårbarhetsanalyser av kritiska funktioner för produktion och distribution.

På regeringens uppdrag vidmakthålls reservfunktioner för etermedia för att säkerställa distribution och utsändning av Viktigt meddelande till allmänheten (VMA), krisinformation och nyheter. För att kunna upprätthålla sändningar under svåra påfrestningar har Sveriges Radio ett beredskapsavtal med Teracom och Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB).

Sveriges Radio har deltagit i övningar med myndigheter och organisationer och övar även regelbundet internt. Kontinuitetsplaner uppdateras löpande för att säkra distribution och alternativa produktionsplatser med tillgång till försörjningssystem, information och kommunikation. I oktober 2019 närvarade Sveriges Radio vid totalförsvarskonferensen på Gotland (arrangerad av Länsstyrelsen i Gotlands län och Gotlands regemente) där vd berättade om bolagets särskilda uppgifter i händelse av samhällstörning och höjd beredskap.

I syfte att minska risker kring personalen har ett omfattande utbildningspaket i flera steg genomförts under 2018 och fortsatt samt kompletterats med behörighetsutbildningar 2019. Utbildningarna kommer nu att permanentas och ingå i Sveriges Radios framtida utbildningsprogram.

Sveriges Radio kan konstatera att ökande hot- och hatincidenter riktade mot det journalistiska arbetet nationellt och internationellt medför kraftigt ökande säkerhetskostnader.

### 7.10.2 Service – viktig information till allmänheten

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 22)

Trafikredaktionen vid Sveriges Radio nyhetsuppdaterar inom områdena trafik, service, samhällsstörning och kris, exempelvis vid oväder, skogsbränder och elavbrott. Trafikredaktionen sänder myndighetsmeddelande när behöriga aktörer så begär och ansvarar för hantering och sändning av VMA, Viktigt meddelande till allmänheten.

Sveriges Radios uppdrag att sända VMA regleras i en överenskommelse med Myndigheten för samhällsskydd och beredskap, MSB. Nuvarande överenskommelse går ut vid årsskiftet och en ny har förhandlats fram och träder i kraft 1 januari 2020. Den nya överenskommelsen tydliggör Sveriges Radios roll i samband med VMA samt de olika nivåer som finns då VMA begärs och som avgör hur snabbt

meddelandet ska sändas. Den nya överenskommelsen ger också Försvarsmakten möjlighet att begära VMA.

2019 har präglats av ett stort antal utfärdade VMA. Det är visserligen färre antal meddelanden 2019 jämfört med skogsbrandsåret 2018, men under årets första 10 månader utfärdades 37 VMA vilket är en hög nivå jämfört med nivåerna för fem–tio år sedan. Sändningsledningen (SÄL) på Trafikredaktionen utgör navet i VMA-hantering. I samråd med den som begär VMA utformas meddelandet och därefter sänds det i Sveriges Radios samtliga kanaler och i kommersiella radiokanaler. SÄL vidareförmedlar meddelandet till andra mediebolag som SVT och TV4 och till andra aktörer som SOS alarm (som i sin tur skickar ut meddelandet via sms). VMA publiceras digitalt på Sveriges Radios olika plattformar. Via ett öppet API är meddelandena även tillgängliga för alla krisaktörer, och den som vill kan då automatiskt prenumerera på pushmeddelanden så snart det finns ett VMA.

Trafikredaktionen är den del inom Sveriges Radio som oftast hanterar och sänder myndighetsmeddelanden, det som regleras i sändningstillståndet § 22. Trafikredaktionen informerar i olika sammanhang om möjligheten att begära myndighetsmeddelanden – under året bland annat för medarbetare vid Försvarsmakten och vid en konferens arrangerad av Myndigheten för samhällsskydd och beredskap, MSB. Trafikredaktionen har under året också deltagit i övningen Havsörn vid Forsmarks kärnkraftverk.

Den mer vardagliga delen av Trafikredaktionens uppdrag är att sända trafik- och serviceuppdateringar i samtliga P4-kanaler. Till största delen består dessa sändningar av information om störningar inom väg- och kollektivtrafik men innehåller också information om andra former av samhällsstörningar till följd av oväder, el- och teleavbrott, trasiga VA-ledningar med mera. Under stormen Alfrida, som drog fram över Roslagen och ned över Gotland under nyårshelgen 2018/2019, sände Trafikredaktionen löpande om utvecklingen och vad stormen förde med sig.

Publikkontakten är ofta avgörande för att Trafikredaktionen snabbt ska kunna sända information om störningar och händelser inom trafikområdet – cirka 100 000 samtal per år kommer till redaktionens tipsnummer.

90 (92) procent anser att *SR är viktigt för trafikinformation*.

79 (83) procent att *SR sänder pålitlig information vid olyckor, elavbrott och oväder*.

79 (81) procent att *SR sänder snabb information vid olyckor, elavbrott och oväder*.<sup>32</sup>

**Tabell 33. Service – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	2 271	2 273	2 172	2 224	2 115	2 212
Parallelsändning	3	0	0	0	0	0
Repris	3	4	3	3	2	3
<b>Totalt</b>	<b>2 276</b>	<b>2 277</b>	<b>2 174</b>	<b>2 227</b>	<b>2 117</b>	<b>2 215</b>

<sup>32</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2019. Siffrorna inom parentes avser 2018.

### 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 134 000 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 felen är samtidigt viktiga att förstå för att utsändningskvaliteten fortsatt ska kunna vara hög. Störningarna dokumenteras och kommuniceras så att felen ska kunna identifieras och följas upp för att liknande händelser ska kunna undvikas i framtiden.

Rutinerna för uppföljning av avbrott har förtydligats och stärkts för att ge snabbare uppföljning i närmare anslutning till händelsen och direkt med berörda. Detta gäller både internt inom Sveriges Radio och med berörda tjänsteleverantörer.

Under 2019 har Sveriges Radio tillsammans med Teracom genomfört en uppgradering av distributionskedjan för FM-nätet i syfte att stärka redundansen i nätet och därmed tillgängligheten till sändarna.

Kontinuitetsplanerna för de lokala kanalerna är sedan tidigare uppdaterade enligt en gemensam mall. Under 2019 har ett arbete med att uppdatera kontinuitetsplanerna för rikskanalerna inletts. Arbetet med rikskanalerens kontinuitetsplaner kommer att fortgå under 2020.

Samtliga kanalers kontinuitetsplaner kommer fortlöpande att anpassas till den tekniska utvecklingen och Sveriges Radios nya digitala lösningar.

Under 2019 har ett antal kontinuitetsövningar genomförts på lokala kanaler och med centrala funktioner. 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.

Planläggning av ökad övningsverksamhet i kontinuitetshantering för 2020 har genomförts. Rikskanalerens övningsverksamhet kommer att prioriteras under 2020. Övningsverksamheten kommer att inbegripa användandet av Rakel-systemet i en högre grad då Sveriges Radio kontinuerligt stärker sin förmåga i Rakel-systemet.

## 7.11 Publikmöten

Sveriges Radio producerar evenemang för att lyfta fram delar av utbudet i publik form. De större evenemangen syftar till att ge publiken unika upplevelser och att gestalta utbudet på många olika sätt. Det övergripande målet är att göra publiken nyfiken på SR:s utbud i stort och visa att utbudet finns till för dem. Publikens delaktighet och engagemang är en förutsättning för att Sveriges Radio ska vara till för alla.

Man kan beskriva syftet med evenemangsverksamheten i tre punkter:

- att nå publiken
- att stärka relationen till publiken
- att skapa värde för publiken.

För att nå målet att engagera publiken bygger de flesta evenemangen på publikmedverkan och medskapande. Det kan ske i form av omröstning inför ett evenemang där resultatet kan påverka innehållet eller frågor som kan ställas och besvaras på plats. I den rikstäckande musiktävlingen *P4 Nästa* består innehållet av lyssnarnas egna låtar. Publiken är också med och samskapar innehållet i *Musikhjälpen i P3* och *Världens Barn i P4* för att nämna några exempel.

Sveriges Radios egna evenemang vänder sig till olika målgrupper. De kan vara koncentrerade till en föreställning på 90 minuter, som *P3 Guld* och *P2 Jazzkatten*, eller sträcka sig över en vecka, som *Musikhjälpen i P3* och *Östersjöfestivalen*. Flera av evenemangen, som *P3 Älskar* och *Förstå världen – möt radiokorrespondenterna*, turnerar i landet för att sprida medialt fokus utanför storstäder. Sveriges Radios utrikeskorrespondenter besökte följande orter 2019: Härnösand, Umeå, Skellefteå, Kiruna, Växjö, Kalmar, Vaggeryd, Jönköping, Hofors, Falun, Norrköping och Halmstad. Turnén genomförs i samarbete med Riksteaterns lokala teaterföreningar.

2019 utökades *P2 i Parken*, P2:s konsertföreställningsturné i samarbete med lokala symfoniorkestrar till tre olika städer i landet: Karlstad, Umeå och Linköping. Det förde med sig att sammanlagt över 7 500 personer på plats kunnat ta del av musik med svenska orkestrar. Dessa konserter har också radiosänts och tillgängliggjorts digitalt till hela publiken.

Nästan alla Sveriges Radios evenemang genomförs i samarbete med fria kulturproducenter och syftar till att föra ut kultur- eller samhällsinnehåll till hela landet. Evenemangsverksamheten är också ett sätt att spegla medieutveckling i stort. Med *Poddfest* har Sveriges Radio velat skapa en arena för det växande intresset för poddlyssning. 2019 utökades *Poddfest* till en tvådagarsfestival med 20 olika poddar live från tre scener på Fotografiska museet i Stockholm. Poddarna kom från flera olika producenter utöver Sveriges Radios egna. 2019 formaliserades också samarbetet kring *Poddfest* med Bauer Media, Spotify och Acast gällande urvalet av övriga aktörers poddar.

P3:s evenemang *Musikhjälpen* genomfördes i december i Västerås. 2019 års tema var sexuellt våld i krig och konflikt. Resultatet för Radiohjälpens insamling blev mer än 50 miljoner kronor och 642 309 engagemang. En stor del av *Musikhjälpens* innehåll är byggt på publikens deltagande. Bland annat är all inspelad musik som spelas önskad av lyssnare. Ett av ledorden i hela eventet är ”engagemang”, alltså de aktiviteter som svenska folket gör för *Musikhjälpen*. Nästan hälften av alla medverkande i sändningen utgjordes av lyssnare och tittare som engagerat sig för *Musikhjälpen* genom att starta insamlingar. För att spegla engagemang i hela landet fanns även en reporter med som besökte 26 svenska städer för att genom videosamtal uppmärksamma olika engagemang för *Musikhjälpen*.

Sveriges Radios lokala kanaler har som uppdrag att interagera med publiken i lokalsamhället, både i den lokala programverksamheten och på andra sätt. Under de senaste åren har Sveriges Radio också satsat på ny teknik för att underlätta rörlighet och sändningar utanför radiohusen. Kanalerna flyttar ut sin direktsända verksamhet till olika platser i länen eller anordnar samtal och publikmöten som på olika sätt

ger avtryck i radiosändningarna. Dessutom är de lokala kanalerna på plats vid lokala kultur- och sporthändelser, festivaler och andra arrangemang med samhällsprägel.

P4 Uppland flyttar ut sina sändningar i samband med större nyhetshändelser. Under 2019 skedde det exempelvis vid bränder i Gottsunda och Enköping. Andra lokala kanaler jobbar på liknande sätt, med större närvaro vid nyhetshändelser i hela bevakningsområdet – inte bara den största tätorten. P4 Halland gjorde under hösten 2019 ”Hallandsresan” där man två gånger varje vecka åkte till en mindre ort i länet på initiativ av lyssnarna. P4 Sjuhärad har regelbundet flyttat ut sina sändningar till ett medborgarkontor i ett så kallat utsatt område, stadsdelen Norrby i Borås.

P4 Norrbotten har direktsänt program från ett stort antal små orter. I ett stort län där avstånden är långa är det ett sätt för kanalen att visa närvaro och föra dialog med publiken direkt.

Flera lokala kanaler har anordnat egna arrangemang för att på olika sätt möta publiken. P4 Gävleborg anordnade en premiärlyssning i Färila på en dokumentär om bränderna i Hälsingland 2018. Drygt 100 personer kom för att lyssna. Publiken kunde ställa frågor till representanter från länsstyrelsen, Ljusdals kommun och Räddningstjänsten vid ett påföljande panelsamtal. Ett annat exempel är P3 Din Gata i Malmö som anordnat två samtal med unga på fritidsgårdar för att diskutera bilden av Malmö och maskulinitet och machonormer. Bägge mötena drog en stor och diskussionsvillig publik.

Alla lokala kanaler deltar i Sveriges Radios stora musiktävling *P4 Nästa* som syftar till att lyfta fram lokalt musikliv. De flesta av kanalerna arrangerar direktsända lokala finaler med publik. Det är också publiken som utser vinnarna. 2019 fick Sveriges Radio in nästan 1 260 bidrag till tävlingen, en ökning med 40 procent jämfört med föregående år. De lokala kanalerna deltar också i *Världens Barn* vilket ger många tillfällen till möten och dialog med publiken, och mycket direktsänd radio. Under *Världens Barn*-veckorna genomförde de lokala kanalerna 165 aktiviteter: utesändningar från skolor, torg, konserter, motionslopp och mycket annat. Totalt deltog cirka 10 400 personer landet runt.

Några exempel på publikmöten i rikskanaler:

- I april 2019 genomfördes den ambulerande *Litteraturveckan i P1* i Växjö. Flera olika publika sändningar genomfördes i samband med Litteraturveckan, bland annat från Stadsbiblioteket i Växjö. Sändningen av *Dagens dikt* flyttade ut till arbetsplatser och filmades, vilket fick spridning via sociala medier. *Sveriges Radios Romanpris, Lyrikpris* och *Novellpris* delades ut på Litteraturveckans galakväll på fredagen i direktsändning från Palladium i Växjö.
- *Radiosporten* flyttade ut sina sändningar under alpina VM i Åre och skidskytte-VM i Östersund. En studio byggdes upp utomhus vid bägge tillfällena, och Sportextra sändes inför publik med både gäster och tävlingar.
- *Filosofiska rummet i P1* gjorde fler publika sändningar under året, dels från Dramaten i Stockholm och dels från Höörs Konsthall. Andra P1-program som sänts inför publik är *Lantzkampen, Nordegren & Epstein* och *Språket i P1*. *USA-podden, Europa-podden* och *Det politiska spelet* har alla gjort fler publika sändningar under året, bland annat på Parkteatern i Stockholm.
- *P3 Älskar* är ett koncentrat av hela P3 under en klubbkväll, en kväll med P3-profiler, humor och livemusik. Under 2019 besöktes Umeå, Uppsala, Västerås och Lund.

Representanter för Sveriges Radio bidrar till och deltar också i en lång rad publika evenemang som arrangeras av institutioner, företag och andra aktörer. Det kan ske i form av seminarier, debatter och andra former av publikmöten samt sändningar från evenemangen. Bland dessa kan nämnas Bokmässan i Göteborg, Almedalsveckan i Visby och Folk & Kultur i Eskilstuna.

Flera andra publikmöten beskrivs på olika ställen i redovisningen, till exempel husbilsturnén, frukostseminarier och arbetet med publiknätverk på lokala kanaler.

## 8 Sveriges Radios publik

Ljudmedier stod mycket starka även 2019. Samtidigt som on demand-lyssningen fortsatte att öka kraftigt lyssnade ungefär lika många som tidigare under sändningstillståndet på linjär (tablålagd) radio. Även ljudboksanvändandet ökade – och ljudet var tillsammans med den rörliga bilden de medieslag Sveriges befolkning ägnade mest tid åt. Det linjära lyssnandet på Sveriges Radio minskade dock under 2019. Minskningen hänförs till P3 och P4. För P3:s del var det en fortsättning på den nedgång som började för ett par år sedan. För P4:s del berodde nedgången främst på den ökade konkurrensen som kom då den kommersiella radion fick fler frekvenser den 1 augusti 2018. Trots nedgången för P3 och P4 består Sveriges Radios mycket starka relation till publiken. Den är stark så väl i vardagen som vid särskilda tillfällen när tablån ändras.

I detta kapitel beskrivs hur lyssnandet var under 2019 i jämförelse med föregående år. Här redovisas även vad publiken tyckte om utbudet.

### 8.1 Lyssning

Radiobranschens officiella sätt att mäta lyssnande på nationella, linjära radiokanaler är PPM (Portable People Meter). PPM är sedan den 1 januari 2013 radiobranschens officiella sätt att mäta nationella kanaler. Metoden bygger på att ett Sverige i miniatyr ingår i en panel och bär små mobila mätare. Mätarna fångar upp en för örat ohörbar kod som är inbäddad i radiosändningarna. Mätaren bärs av drygt 1 700 individer i åldern 12–79. Lyssnarsiffror levereras dagligen till radiomarknadens aktörer.

För Sveriges Radios del är det lika viktigt att mäta lyssnandet i övriga delar av befolkningen. Det görs genom CATI (Computer Aided Telephone Interview) som är den officiella metoden att mäta lyssnandet på lokala kanaler. CATI-undersökning bygger på 30 000 intervjuer per år med så kallad hjälpt erinran där de intervjuade 9–79 år ledsagas genom gårdagens potentiella radiolyssning. Sammanfattande rapporter publiceras fyra gånger per år. På uppdrag av Sveriges Radio genomförs regelbundet också en mätning för att kartlägga lyssnandet i gruppen över 79 år. Denna mätning görs genom telefonintervjuer (CATI).

I detta kapitel beskrivs det linjära lyssnandet bland 12–79-åringar för att kunna jämföra med branschen i stort och med tidigare år i tillståndspanor.

I kapitlet beskrivs också det linjära lyssnandet i hela befolkningen från nio år och uppåt för att ge en bild av lyssnandet i så stor del av befolkningen som möjligt.

Ökningen av on demand-lyssnande har gjort det allt viktigare att få förståelse för relationen mellan linjär lyssning och lyssning on demand och antalet personer som totalt sett lyssnar på Sveriges Radio, oavsett om lyssningen är linjär och/eller on demand. Därför har Sveriges Radio under 2019 tillsammans med Kantar Sifo utvecklat en mätmetod vars resultat kallas ”total räckvidd”. Den avser just den totala lyssningen när linjärt och on demand läggs samman. I några fall redovisas i detta kapitel den totala räckvidden. Sveriges Radio kommer framöver i allt större utsträckning att använda total räckvidd för att få en så bra bild som möjligt av lyssnandet. Den totala räckvidden mäts och redovisas i hela befolkningen (9+) och i de målgrupper publiken vanligen delas in i vid redovisning av lyssnandet.

Det officiella sättet att mäta on demand-lyssning görs dock genom Poddindex som tas fram enligt de branschgemensamma regler som de flesta aktörer i Sverige enats om. Det är en teknisk mätning. Den ligger till grund för avsnittet om on demand-lyssning. Det finns flera skäl till detta. Dels är det branschens gemensamma metod att redovisa on demand-lyssning, dels är mätningen som ligger till grund för on demand-lyssningen som del av total räckvidd bra för att mäta på övergripande nivå, exempelvis kanal, men inte på titelnivå.

En genomsnittlig vecka 2019 lyssnade 80 procent av befolkningen (9+) eller 7 250 000 personer på något från Sveriges Radio, linjärt eller on demand. 1,8 miljoner digitala enheter användes under en vecka för att lyssna på program on demand.

En genomsnittlig dag lyssnade 54,4 procent eller 4 950 000 på något från Sveriges Radio, linjärt eller on demand.

Radio är i stor utsträckning ett vardags- och vanemedium. Det betyder att vardagslyssnandet i vanliga fall är högre än helglyssnandet. Och att lyssnandet är högre när livet ser ut som vanligt än när det är en period med semester och lediga dagar.

Samtidigt finns undantag. *Sommar i P1* får P1-lyssningen att öka, både linjärt och on demand. On demand-lyssningen på *Sommar i P1* slog även 2019 tidigare rekord med bred marginal. I genomsnitt hade programmet en veckoräckvidd på nästan 1,4 miljoner digitala enheter jämfört med en knapp miljon 2018. Bästa veckan var veckoräckvidden 1,6 miljoner. Samtidigt som on demand-lyssningen ökade mycket var lyssningen linjärt oförändrad jämfört med i fjol, vilket innebar 600 000 dagliga lyssnare i genomsnitt.

Också vid stora nyhetslägen och planerade tablåförändringar blir publiken större. 2019 innehöll inte riktigt samma skarpa nyhetslägen som 2018, men exempelvis fotbolls-VM för damer gjorde att P4-lyssningen ökade. Och när *Musikhjälpen* sändes i P3 ökade lyssnandet som vanligt markant. I snitt lyssnade 1 miljon per dag. Det innebär att lyssnandet ökade med cirka 50 procent jämfört med närliggande veckor. Den dagliga räckvidden var lika hög som 2018, så även den totala räckvidden under veckan, 2,4 miljoner.

Sveriges Radio har under 2019 lagt ned ett antal rena musikkanaler i DAB och på internet på grund av låg lyssning. Det är inte Sveriges Radios ambition att vara på den del av marknaden som utgörs av rena musikkanaler och tillhörande satsningar, vilket samtidigt ger utrymme för kommersiella företag att utveckla produkter och tjänster inom den denna del av ljudmarknaden.

Trots att mediekonsumtionen i dag är både fragmentiserad och individualiserad på ett helt annat sätt än tidigare har den linjära radion fortfarande i stor utsträckning funktionen av lägereld. 2,1 miljoner lyssnade på P4:s morgonprogram en genomsnittlig vardag mellan klockan 06.00–10.00 i fjol, 770 000 lyssnade på *P1-morgon* och 380 000 på *Morgonpasset*. *God morgon, världen!* i P1 hade en genomsnittlig publik på 520 000 en vanlig söndag, *Lördagsmorgon* i P2 80 000, *Ring så spelar vi* 1,6 miljoner och *Sportextra* 1,5 miljoner en genomsnittlig söndag.

On demand-lyssningen på vissa titlar har också fått funktionen som lägereld. Även om konsumtionen inte sker exakt samtidigt skapar det senaste släppet av *P3 Dokumentär* eller sommarpratarna samma diskussion om innehållet.

## Förändrad konkurrenssituation

Den 1 augusti 2018 förändrades den svenska radiomarknaden på ett påtagligt sätt. De kommersiella radiobolagen fick nya frekvenser och möjlighet att sända i nationella nätverk. Radiomarknaden blev mer fragmentiserad då publiken i nästan hela landet fick fler kanaler att välja mellan.

Fler kanaler gör sannolikt radiomediet starkare, och som tidigare nämnts är det i dag lika många som lyssnar på linjär radio som tidigare under sändningstillståndet. Samtidigt sprider en del lyssnare sitt lyssnande på fler kanaler. När 2019 sammanfattas går det att slå fast att fler lyssnar på kommersiell radio och färre på Sveriges Radio jämfört med tidigare. Detta är en mycket väntad utveckling sett just till det tuffare konkurrensläget och den mer fragmenterade marknaden.

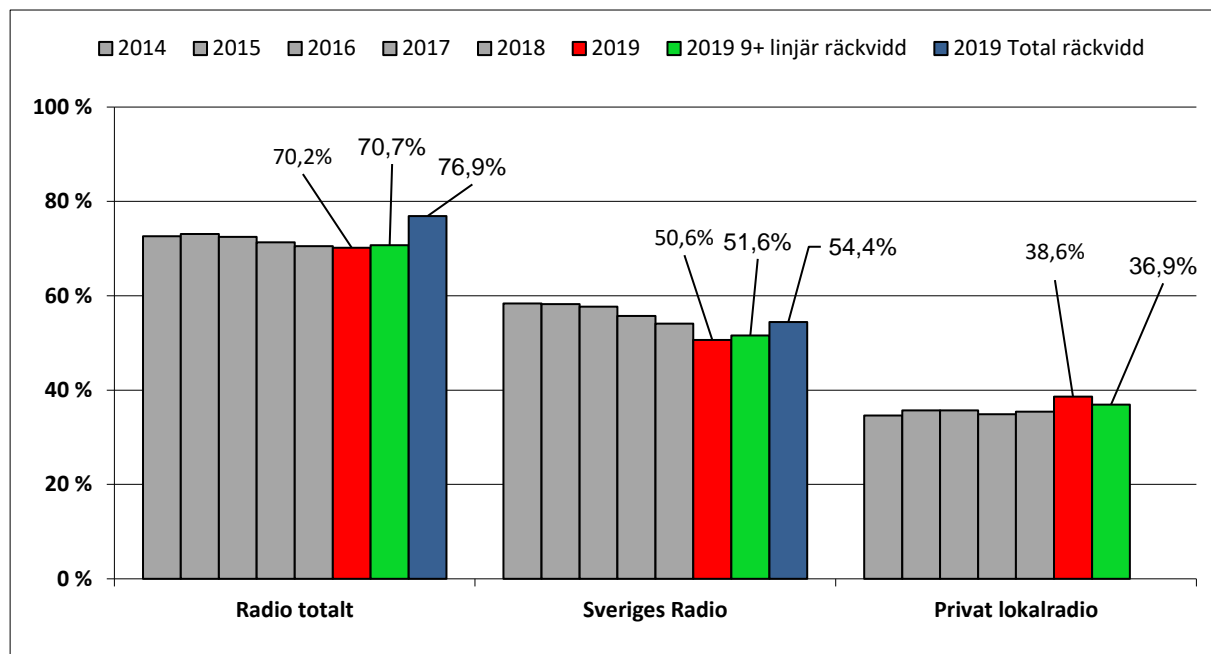
Att ljudmedier står starka syns i Nordicoms Mediebarometer. Den visar att ljud var det medieslag som tillsammans med rörlig bild stod för störst andel av mediekonsumtionen.<sup>33</sup> 33 procent av tiden svenskarna ägnar mediekonsumtion läggs på ljud, lika stor del på rörlig bild. Digitaliseringen innebär sedan flera år nya möjligheter att ta del av ljudmaterial från olika globala aktörer och i yngre åldersgrupper står exempelvis strömmad musik för merparten av ljudkonsumtionen. När ljudmediet växer i popularitet ökar också mängden utbud som tidigare nådde publiken i annan form. Det har skett en snabb tillväxt i konsumtionen av ljudböcker, om än från låga nivåer. Många traditionella medieföretag satsar också på

---

<sup>33</sup> Mediebarometern 2018.

ljöd vid sidan av tidningen – en del erbjuder sin publik att lyssna på reportage som tidigare enbart kunde läsas, flera erbjuder poddar.

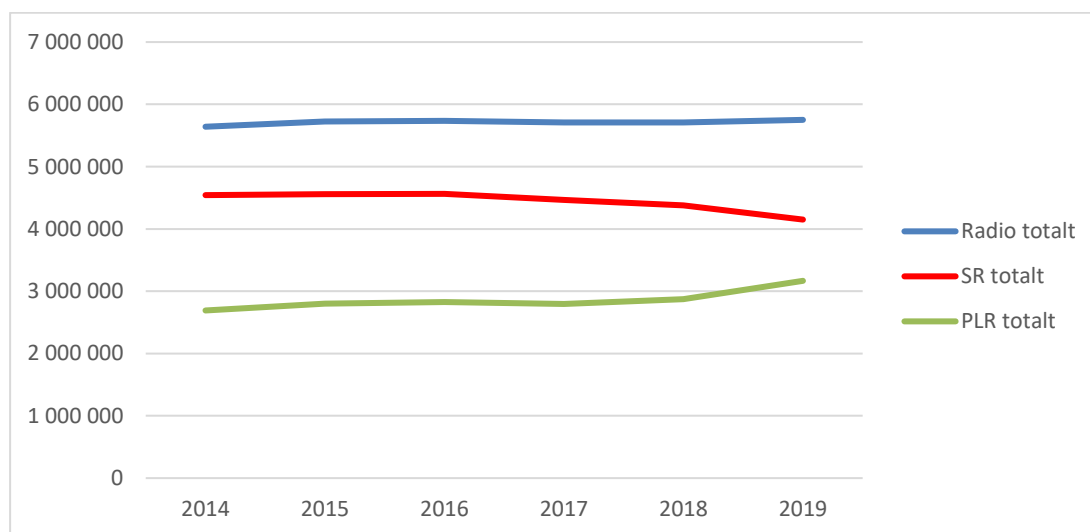
**Diagram 8. Andel 12–79 år som lyssnade på linjär radio ett genomsnittligt dygn måndag–söndag, samt för år 2019 åldersgruppen 9+ och linjär resp. total räckvidd, procent**



Källa: Kantar Sifos radiomätningar 2019, PPM, 12–79 år.

I ”Radio totalt” ingår all poddlyssning oavsett aktörer, även utanför radiobranschen. Privat lokalradio mäter inte totallyssning på samma sätt som Sveriges Radio.

**Diagram 9. Antal 12–79 år som lyssnade på linjär radio ett genomsnittligt dygn måndag–söndag**



Källa: Kantar Sifos radiomätningar, PPM, 12–79 år.

Ungefär lika många lyssnade alltså på linjär radio 2019 som tidigare under sändningstillståndet. Räckvidden uttryckt som andel av befolkningen 12–79 år var i stort sett på samma nivå 2019 som 2018,



70,2 procent (5,75 miljoner) jämfört med 70,5 procent 2018. Däremot är den något lägre än under inledningen av sändningstillståndet. Räckvidden uttryckt som andel har alltså i ett längre perspektiv minskat något medan räckvidden uttryckt som antal samtidigt har varit densamma. Detta ska ses mot bakgrund av att folkmängden i Sverige ökat de senaste åren. En relativt stor del av befolkningsökningen under sändningstillståndet består av personer som flytt till Sverige från andra länder. Det tar tid för flertalet av dessa att hitta till den linjära radion och Sveriges Radios linjära utbud.

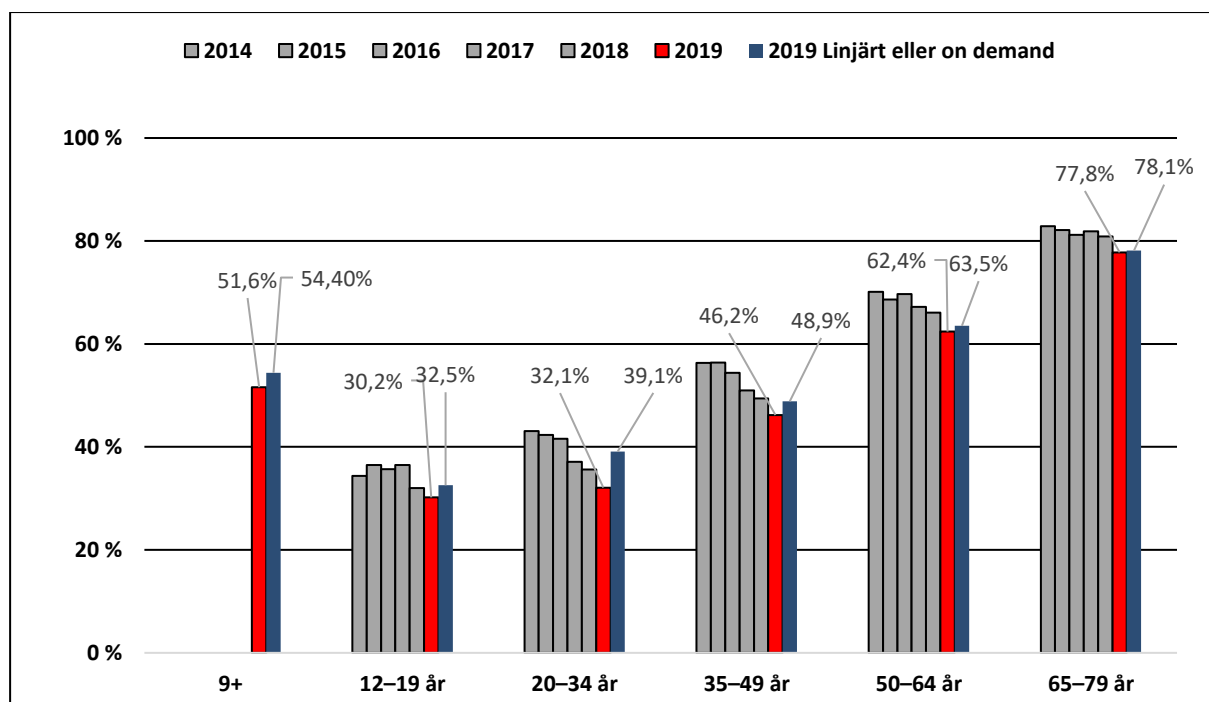
Under en genomsnittlig vecka lyssnade 91,4 procent, eller 7,5 miljoner, 12–79 år på linjär radio. I hela befolkningen (inklusive personer 9–11 år och över 79 år) lyssnade 8,3 miljoner. Detta avser radio totalt, inklusive SR och kommersiell radio.

4 950 000 lyssnade på innehåll från Sveriges Radio en vanlig dag 2019. Det motsvarar 54,4 procent av hela befolkningen. Räckvidden avser lyssnande linjärt och/eller on demand. Den publik som lyssnade på Sveriges Radios linjära kanaler minskade under fjolåret. Det minskade linjära lyssnandet på Sveriges Radio förklaras i ett längre perspektiv av nya medievanor som lyssning on demand och på streamingtjänster.

Under 2019 är sannolikt den främsta förklaringen till minskningen dock att fler än tidigare lyssnade på kommersiell radio. Att nedgången för Sveriges Radio beror på ett ökat lyssnande på kommersiell radio framgår av att lyssnandet på Sveriges Radios kanaler minskade tydligast de tider då lyssnandet på kommersiell radio ökade som mest. Det är ett minskat lyssnande på P3 och P4 som ger Sveriges Radios minskade räckvidd.

Den dagliga linjära räckvidden för SR var 50,6 procent (4 150 000) i befolkningen 12–79 år. I hela befolkningen lyssnade 4,7 miljoner eller 51,6 procent en vanlig dag på minst en av SR:s linjära kanaler. Under en vecka lyssnade 75,7 procent eller 6,9 miljoner – på åtminstone någon av SR:s linjära kanaler. Total räckvidd per vecka (linjärt och/eller on demand) var 79,8 procent eller 7,25 miljoner.

**Diagram 10. Andel i olika åldersgrupper 12-79 som lyssnade på Sveriges Radio ett genomsnittligt dygn måndag–söndag, procent. För år 2019 visas även åldersgruppen 9+ linjärt samt total räckvidd, procent**



Källa: Kantar Sifos radiomätningar 2019, PPM, 12–79 år.

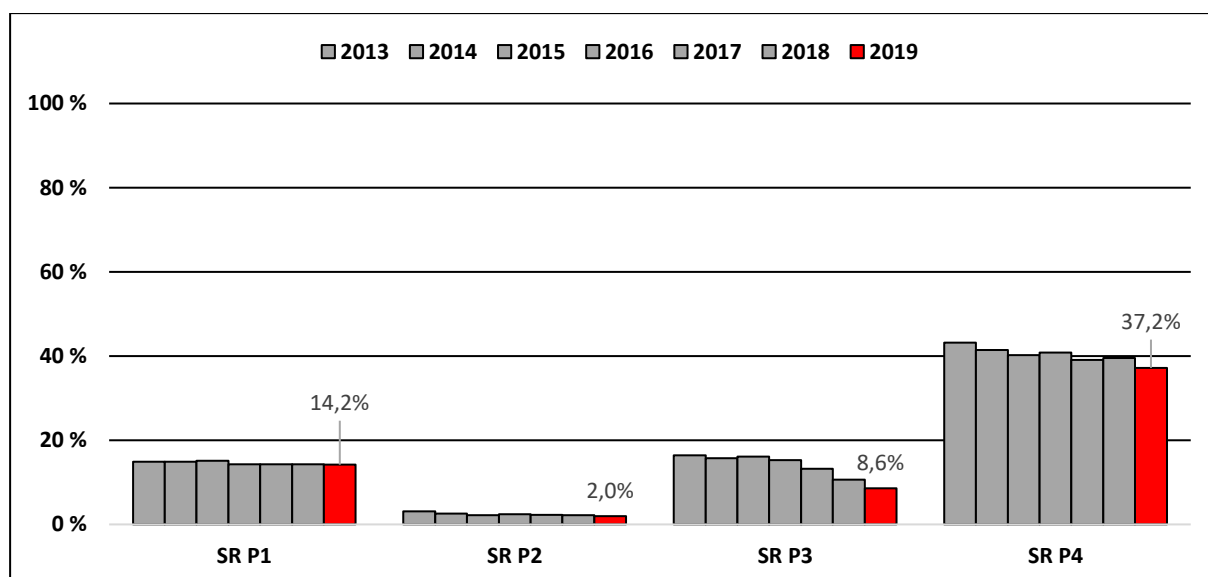
Skillnaderna i att lyssna är stora mellan olika åldersgrupper. Av dem som enbart lyssnar på Sveriges Radio on demand är nästan samtliga under 50 år och den klart största gruppen är 20–34-åringar. Andelen lyssnare på Sveriges Radios linjära kanaler är högre bland äldre än yngre. De linjära kanalerna P1, P2 och P4 har fler lyssnare över 30 än under 30 år. Sett till antalet lyssnare är grupperna 50–64 år och 65–79 år de två största bland Sveriges Radios linjära lyssnare. I gruppen 20–34 år nås dock ca 40 procent av Sveriges Radio linjärt eller on demand under en genomsnittlig dag.

Andelen män som lyssnade på Sveriges Radio en genomsnittlig dag var 56 procent, andelen kvinnor 52 procent.

### Lyssning på Sveriges Radios olika kanaler

Även om on demand-lyssningen har ökat mycket de senaste åren är det vanligaste sättet att ta del av Sveriges Radios utbud fortfarande att lyssna på de linjära kanalerna.<sup>34</sup>

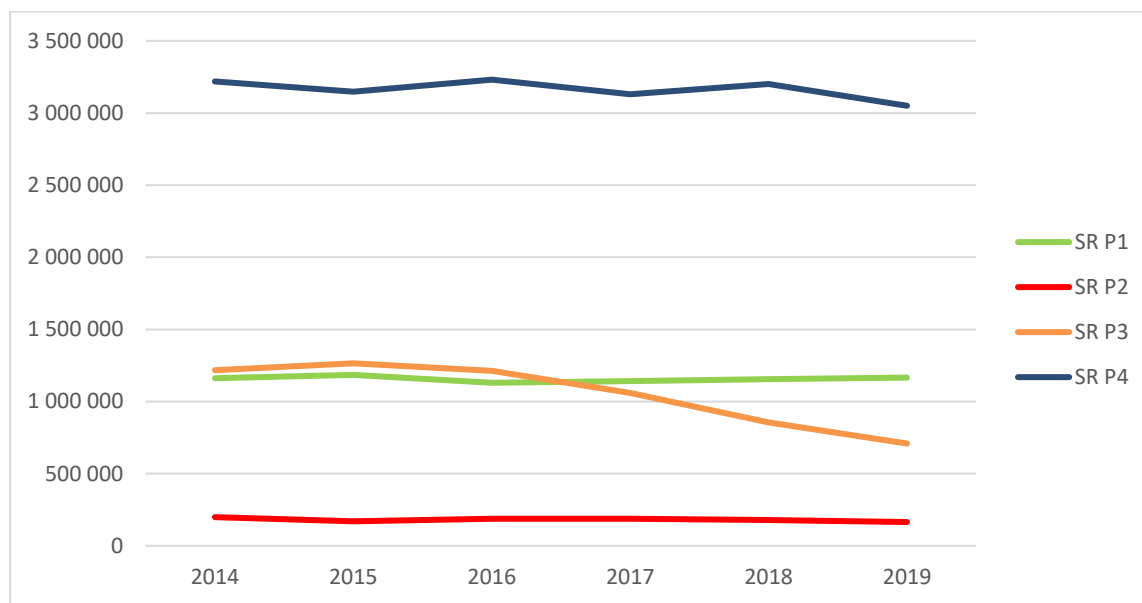
**Diagram 11. Andel 12–79 år som lyssnade på Sveriges Radios kanaler linjärt (FM och internet) ett genomsnittligt dygn måndag–söndag, procent**



Källa: Kantar Sifos radiomätningar 2019, PPM, 12–79 år.

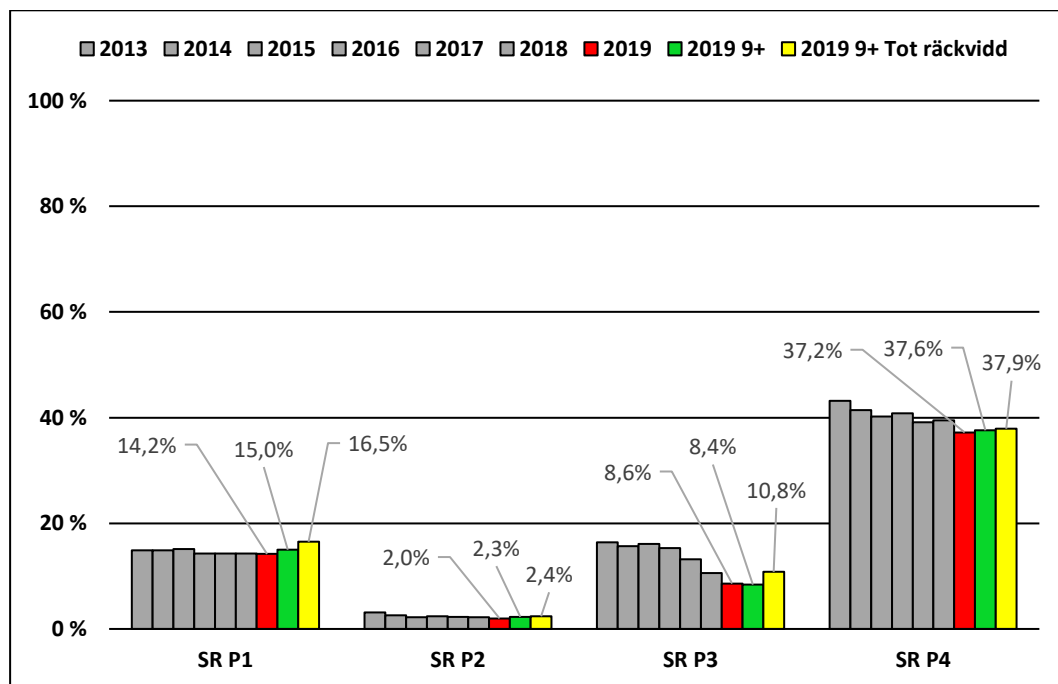
<sup>34</sup> Kantar Sifos mätningar 2019 på uppdrag av radiobranschen, PPM, 12–79 år.

**Diagram 12. Antal 12–79 år som lyssnade på Sveriges Radios kanaler linjärt (FM och internet) ett genomsnittligt dygn måndag–söndag, procent**



Källa: Kantar Sifos radiomätningar, PPM, 12–79 år.

**Diagram 13. Andel 12–79 år som lyssnade på Sveriges Radios kanaler linjärt ett genomsnittligt dygn måndag–söndag, procent. För år 2019 visas även åldersgruppen 9+ linjär samt total räckvidd, procent**



Källa: TNS-Sifo radiomätningar, PPM

## P1

16,5 procent eller 1,4 miljoner lyssnade en genomsnittlig dag under 2019 på P1, linjärt och/eller on demand. Eftersom delar av P1:s innehåll fungerar mycket bra att konsumera on demand är det också så att on demand-lyssningen innebär klart ökad räckvidd för P1. 140 000 personer, en tiondel av P1:s totala publik, lyssnade enbart on demand på kanalens utbud en genomsnittlig dag i fjol.

När enbart det linjära lyssnandet summeras kan konstateras att 15 procent av befolkningen (9+) lyssnade på P1 ett genomsnittligt dygn 2019. Det motsvarar nästan 1,4 miljoner lyssnare. Bland 12–79-åringar lyssnade nästan 1,2 miljoner eller 14,2 procent. Andelen som lyssnar på P1 har varit oförändrad de senaste åren, antalet har till och med ökat något, vilket förklaras av en ökande folkmängd. Samtidigt som det linjära lyssnandet har varit på ungefär samma nivå har on demand-lyssnandet på P1 ökat kraftigt.

Som ovan nämnts ökar P1-lyssningen under sommaren, då *Sommar i P1* drar lyssnare till kanalen, både linjärt och on demand. Även när P1 sänder extra med anledning av skarpa nyhetslägen ökar lyssningen.

## P2

Den totala räckvidden för P2 är i princip densamma som den linjära räckvidden. Det ska förstås som så att de som lyssnar på kanalens on demand-utbud också lyssnar på kanalens linjära utbud.

Dygnsräckvidden för P2 linjärt var under 2019 i snitt 210 000 personer eller 2,3 procent i befolkningen från nio år och uppåt. Det är i stort sett på samma nivå som året innan, men ändå en minskande trend sedan 2017 då dygnsräckvidden var 2,7 procent. Samtidigt är mätresultaten mindre säkra för en jämförelsevis liten kanal som P2.

I gruppen 12–79-åringar var räckvidden 2 procent eller 165 000.

## P3

Under 2019 lyssnade totalt 10,8 procent (980 000 personer) av befolkningen från nio år på utbud från P3 linjärt eller on demand under ett genomsnittligt dygn. Tillskottet från on demand-lyssning var 2,4 procentenheter, vilket motsvarar en femtedel av den totala räckvidden för kanalen. P3 är den kanal som har störst tillskott av on demand-lyssning. I antal motsvarade tillskottet från on demand-lyssning 220 000 personer under en genomsnittlig dag 2019.

Den linjära delen av den totala lyssningen fortsatte minska för P3 under 2019. Den linjära kanalen nådde i snitt 8,4 procent eller 760 000 personer från nio år och uppåt ett genomsnittligt dygn. I huvudmålgruppen 20–34 år var den linjära dygnsräckvidden 11,1 procent eller 220 000 personer för P3. Det är klart lägre än för några år sedan, men samtidigt vägs en del av det linjära tappet upp av lyssning on demand. Medräknat poddlyssningen nådde P3 betydligt fler: Den totala räckvidden i åldersgruppen var 17,2 procent eller 350 000. Det betyder att en tredjedel av P3-lyssnarna i gruppen 20–34 år tog del av kanalen enbart via on demand-lyssning en genomsnittlig dag. Flera av landets största on demand-titlar är P3-märkta, och *P3 Dokumentär* har i många år fungerat som draglok och banat väg för on demand-lyssningen i landet.

Som ovan nämnts ökade lyssningen markant även 2019 under veckan då *Musikhjälpen* fyllde tablån. I snitt lyssnade 1 miljon per dag, vilket motsvarar en ökning med cirka 50 procent jämfört med närliggande veckor. Den dagliga räckvidden var lika hög som 2018, så även den totala räckvidden under veckan, 2,4 miljoner. Samtidigt som den linjära lyssningen ökade hade [www.sverigesradio.se](http://www.sverigesradio.se) 1,9 miljoner unika användare under veckan. Det var i nivå med 2018 och innebär som vanligt att *Musikhjälpen*-veckan är årets bästa sett till antal användare. Den separata webbplatsen [bossan.musikhjalpen.se](http://bossan.musikhjalpen.se) hade 950 000 användare under veckan, vilket kan jämföras med 630 000 under samma vecka 2018.

## P4

37,9 procent (3,4 miljoner) av befolkningen från nio år och uppåt lyssnade på P4 under ett genomsnittligt dygn 2019, antingen linjärt eller on demand (total räckvidd). P4 fyller en delvis annan funktion än P1 och

P3 och har en väldigt stor linjär publik och en liten on demand-publik. Därför är den totala räckvidden i stort sett densamma som den linjära, som var 37,6 procent. P4 hade färre lyssnare 2019 än 2018. Då var lyssningen å andra sidan ovanligt hög på P4, tack vare sportevenemang och stora nyhetshändelser med skogsbränder och val som drog extra publik till P4. Den minskade lyssningen förklaras sannolikt också av den ökade konkurrensen från privat lokalradio (PLR). De tider på dygnet som P4 har minskat mest är de tider som PLR har ökat mest. Av landets 12–79-åringar lyssnade 37,2 procent eller 3 050 000 personer på P4 ett genomsnittligt dygn.

### Lyssningstid och marknadsandel

Den genomsnittliga lyssnartiden (där både lyssnare och icke-lyssnare ingår i undersökningen) var 109 minuter per dygn.<sup>35</sup> Det är en ökning (+4 minuter i genomsnitt) jämfört med de senaste åren. Lyssnartiden påverkas något av att mätmetoden bättre fångar hörlurslyssnandet, och mer korrekt är därför att säga att lyssnartiden var i stort sett oförändrad. 77 minuter ägnades åt Sveriges Radios kanaler vilket är två minuter kortare än 2018, och lyssnartiden på kommersiell radio ökade från 26 till 32 minuter. Nedgången respektive uppgången i lyssnartid hänger samman med det ökade lyssnandet på kommersiell radio i och med att antalet kommersiella radiokanaler ökade.

Lyssnartiden bland dem som lyssnar på Sveriges Radio har ökat, från 146 minuter per dygn till 151 minuter. Även denna förändring förklaras till viss del av utvecklingen av mätmetoden men sannolikt också av det faktum att räckvidden minskat något. De som inte längre lyssnar på SR lika ofta är förmodligen de som lyssnade ganska kort tid på Sveriges Radio. Många av dem som fortfarande lyssnar är mer trogna SR-lyssnare vilka lyssnar längre.

Sveriges Radios marknadsandel (andelen av den totala lyssnartiden) var 70,4 procent. Minskningen av marknadsandelen syntes redan under hösten 2018 då den kommersiella radions förutsättningar blev bättre. P4 är den kanal som man lyssnar längst på. Är man P4-lyssnare ägnar man två timmar och 23 minuter åt sin kanal en vanlig dag. I genomsnitt lyssnar publiken på P1 en timme och 48 minuter, 62 minuter på P2 och 70 minuter på P3.

**Tabell 34. Marknadsandelar, procent**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sveriges Radio	79 %	76 %	77 %	77 %	75 %	70 %
Privat lokalradio	21 %	24 %	23 %	23 %	25 %	30 %
<b>Summa</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

### Digital lyssning

Digital lyssning kan ske via Sveriges Radios egna plattformar, externa plattformar och andra appar<sup>36</sup>. Detta gäller både linjärt och lyssning on demand.

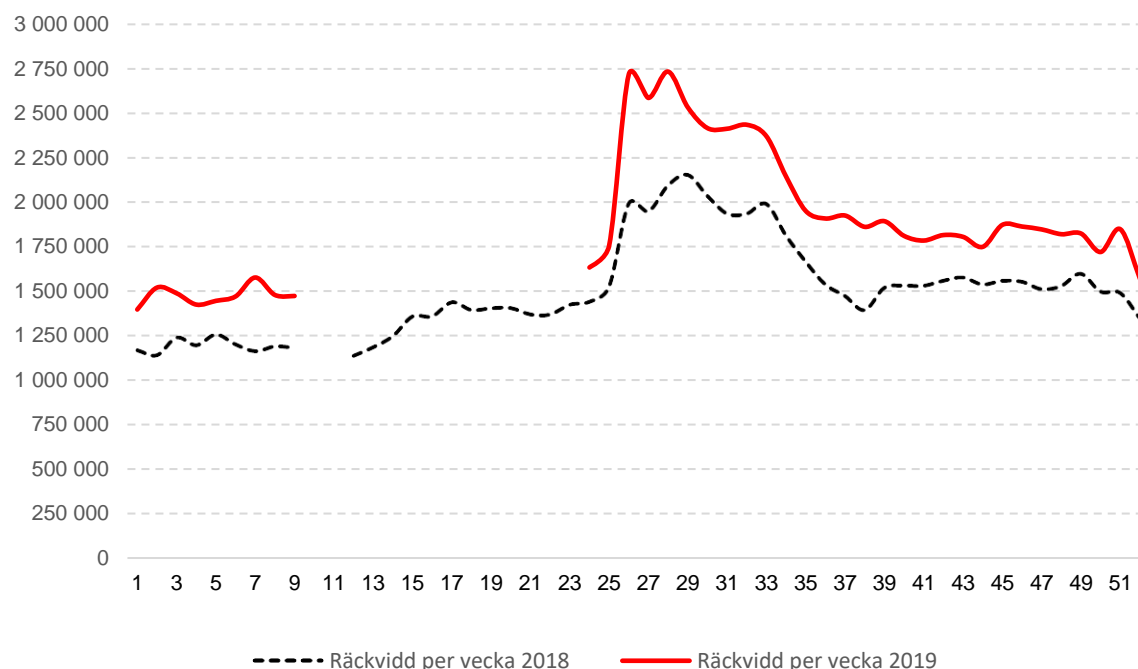
<sup>35</sup> Kantar Sifos mätningar 2019 på uppdrag av radiobranschen, PPM, 12–79 år.

<sup>36</sup> Allt innehåll görs tillgängligt via SR:s öppna API.

### Räckvidd Sveriges Radio on demand

Lyssningen via digitala plattformar kan till viss del mätas med hjälp av samma metod som PPM bygger på. Ett annat sätt att mäta lyssning on demand är den typ av metod som utgör grunden för Poddindex.<sup>37</sup> Denna typ av mätning underlättar jämförelse med andra aktörer och inkluderar lyssning på egna och externa lyssningstjänster. Mätdata finns från slutet av 2017, och metoden utvecklas för att eventuellt inkludera lyssning linjärt som ett komplement till PPM.

**Diagram 14. On demand-lyssning på Sveriges Radios program (egna och externa plattformar) exklusive ljudklipp, antal unika enheter per vecka 2018 och 2019**



Källa: Poddindex-mätningar – internt mätverktyg för officiell publicering på [www.poddindex.se](http://www.poddindex.se).

Sveriges Radios genomsnittliga veckoräckvidd för lyssning på program on demand under 2019 var nästan 1,8 miljoner digitala enheter. Det är 15–20 procent högre än 2018. Ökningstakten var något lägre under våren, extra tydlig under sommarperioden och tydligt högre även under hösten. Det är fortfarande så att lyssningen på Sveriges Radios on demand-innehåll numera ökar relativt sett mer på externa plattformar/tjänster än egna ([www.sverigesradio.se](http://www.sverigesradio.se) och *Sveriges Radio Play*).

Även för on demand-lyssningen finns det säsongsmässiga variationer, framför allt är det sommarperioden som utmärker sig med extra höga nivåer jämfört med övriga delar av året. Detta mönster drivs främst av programmet *Sommar & Vinter i P1* men även andra program har hög lyssning under ledigheter. Den linjära digitala lyssningen uppvisar ibland ett motsatt förhållande, under ledigheter minskar vanan att lyssna på kanaler digitalt. De ändrade lyssningsvanorna hänger alltså samman med både det specifika innehållet och med att inrutad vardag byts mot ledighet.

Lyssning på externa plattformar eller tjänster var den del som ökade snabbast även under 2019. Det handlar om att man tar del av Sveriges Radios on demand-material via exempelvis andra appar, vanligtvis Apple Podcasts, Spotify eller andra lyssningsappar. Även på Sveriges Radios egna plattformar ökade on demand-lyssningen, men inte i samma omfattning. I dag sker en majoritet av on demand-lyssningen på

<sup>37</sup> Topplistan Poddindex lanserades i slutet av 2017 av Sveriges Annonsörer i samarbete med Sveriges Radio, Acast, Bauer Media och Nent Group.

externa plattformar. Utifrån vad som kan ses i mätningarna ökade lyssning via Spotify tydligt, framför allt under senare delen av året i samband med att poddar lyftes fram som innehåll. Ökningen skedde dock från relativt låga nivåer.

### Räckvidd on demand – marknaden

Sveriges Radio hade även under 2019 den högsta räckvidden av de aktörer som deltar i Poddindex.<sup>38</sup> Poddmarknaden växer både sett till antalet titlar och lyssnare, och därför är det naturligt att konkurrensen hårdnar. Det syns också i Poddindex där flera av de övriga aktörernas poddar oftare återfinns bland de tjugo poddar som har störst räckvidd. Sveriges Radio har dock fortfarande ofta uppåt hälften av titlarna på topp 20-listan och en stor mängd poddar som visas på Poddindex.se. Den tidigare etablerade bilden med *P3 Dokumentär* på förstaplatsen med undantag av sommaren, som domineras stort av *Sommar i P1*, håller i sig.

Poddindex ger inte hela bilden av podd-marknaden i Sverige då inte alla aktörer eller program/poddar finns med och att det för aktörerna endast innehåller de program/poddar man är ägare till i någon form. På Poddindex.se finns heller inte någon nettoräckvidd för marknaden totalt när det gäller antal människor som podd-lyssnar. För att få den bilden måste källan vara andra undersökningar som visar på vanan att lyssna on demand.

Veckovanan att lyssna på program/poddar on demand utvecklades positivt även under 2019, hur mycket varierar mellan olika undersökningar. Enligt Orvesto Konsument lyssnar i dag cirka 30 procent av befolkningen 16–80 år på program/poddar on demand minst någon gång i veckan. Det motsvarar en ökning mot föregående år med omkring 15 procent.<sup>39</sup>

Alla aktörer på Poddindex ökade sin totala veckoräckvidd under 2019 jämfört med 2018. Sveriges Radios veckoräckvidd var i genomsnitt 1,8 miljoner enheter (+280 000), Acasts var 1 miljon (+160 000), Bauers var 490 000 (+140 000) och Nents 110 000 (+50 000). Under året tillkom flera nya titlar, vilket bidrog till den ökade räckvidden på bolagsnivå, då nya titlar kan nå större eller nya målgrupper av lyssnare.

### Räckvidd on demand – kanaler

Den genomsnittliga veckoräckvidden 2019 var nästan 1,8 miljoner enheter för Sveriges Radio totalt, för P1 870 000, för P2 32 000 och för P3 830 000 unika enheter.

870 000 i genomsnittlig veckoräckvidd för P1 totalt under 2019, motsvarar en ökning på 15-20 procent, dvs i nivå med totalen för Sveriges Radio. Sommarperioden sticker ut med en relativt tydligt högre nivå än 2018.

32 000 i genomsnittlig veckoräckvidd för P2 totalt under 2019, motsvarar en ökning mellan 5 och 10 procent. P2 har ett relativt sett litet on demand-utbud som utvecklas positivt men något långsammare än Sveriges Radio totalt.

830 000 i genomsnittlig veckoräckvidd för P3 totalt under 2019, motsvarar en ökning på 20-25 procent. I P3:s on demand-utbud ingår Sveriges troligen största podd *P3 Dokumentär*, och tillsammans med flera både relativt sett stora, och allt större titlar, så blir utvecklingen för helåret 2019 stark.

Både för P1 och P3 är det utöver genomgående något högre nivåer än 2018, framför allt sommarperioden som starkt bidragit till helårsutfallet. *Sommar & Vinter i P1* ökade även 2019 till nya rekordnivåer, och *P3 Dokumentär* var fortsatt mycket stark. Även många andra titlar i det stora utbudet ökar och bidrar tillsammans till en positiv effekt, men de riktigt stora titlarna har fortfarande stor betydelse.

---

<sup>38</sup> Räckvidd baseras på antalet unika enheter och är en veckoräckvidd för poddar/programtitlar som är med på Poddindex. En unik enhet är till exempel en webbläsare, en app eller annan enhet för uppspelning av ljud. Poddkonsumtion sker på en mängd plattformar, och metoden för att identifiera unikhet anpassas beroende på plattform. Värdena är angivna som räckviddssnitt per vecka för hela 2019, med undantag av Julkalendern som enbart avser december 2019.

<sup>39</sup> Orvesto Konsument 2019:1 och 2 jfr 2018:1 och 2

Vissa delar av utbudet inkluderas inte i kanalsiffrorna ovan utan bara i Sveriges Radios totala räckvidd. P4:s lokala kanaler ökar också on demand-lyssningen men räckvidden är fortfarande inte särskilt stor. Barnutbudet ökar räckvidden omkring 10 procent på helårsbasis. *Ekots* nyheter ökar i storleksordningen 15 procent on demand, och därtill kommer ett lyckat år för nyheter i form av klipp i *Sveriges Radio Play*. *Toppnyheter* i appen *SR Play* nådde i slutet av året omkring 80 000 användare per vecka.

Mätfelsperiod för 2019 är vecka 10–23, där nivåerna bedöms som något för låga. Vid jämförelser med 2018 bör hänsyn ibland också tas till förändringen där Spotify-data från och med vecka 14–15 inkluderas, vilket tidigare inte gjordes.

#### Räckvidd on demand – program

Flera av Sveriges Radios toptitlar lyssnas på i stor utsträckning hela året medan andra är mer säsongsbetonade. *Sommar i P1* och *Vinter i P1* har exempelvis väldigt höga nivåer under sina sändningsperioder. 2019 nådde *Sommar i P1* en genomsnittlig veckoräckvidd på ca 1,4 miljoner under säsongen, återigen rekordnivåer jämfört med föregående år, toppveckan låg kring 1,6 miljoner. *Julkalendern* nådde räckviddsnivåer på 120 000 i genomsnitt per vecka under december. Värdena i tabellen visar ett snitt per vecka för hela 2019, med undantag av *Julkalendern* som enbart avser december.

Det finns dessutom flera poddar/program med en veckoräckvidd runt 40 000, exempelvis *P3 Musikdokumentär*, *Spanarna*, *Söndagsintervjun*, *Snedtänkt med Kalle Lind* och *USA-podden*.

**Tabell 35. Snitträckvidd per vecka för Sveriges Radios största titlar på Poddindex.se, helår 2019**

Program	Veckoräckvidd
P3 Dokumentär	430 000
Sommar & Vinter i P1	310 000
P1 Dokumentär	120 000
Julkalendern (december)	120 000
Creepypodden i P3	110 000
Ekot (nyheter)	100 000
P3 Historia	100 000
Morgonpasset i P3	55 000
P3 Dystopia	45 000
Verkligheten i P3	40 000

#### Sveriges Radios egna digitala plattformar

Sveriges Radios största egna digitala plattformar är [www.sverigesradio.se](http://www.sverigesradio.se) och *Sveriges Radio Play*. [www.sverigesradio.se](http://www.sverigesradio.se) besöktes under 2019 av i genomsnitt drygt 1,4 miljoner unika webbläsare i veckan, och *SR Play* hade ett genomsnitt på ungefär 660 000 unika användare per vecka. [www.sverigesradio.se](http://www.sverigesradio.se) har nästan ingen tillväxt medan användningen av *SR Play* per vecka ökade något, omkring 5 procent mot föregående år. *SR Play* är nu också Sveriges Radios primära digitala plattform vilket är i linje med den övergripande strategin att ha ljudet i fokus.

På [www.sverigesradio.se](http://www.sverigesradio.se) och *SR Play* finns flera typer av lyssning: linjär direktlyssning på kanaler, on demand-lyssning på program, poddar samt lyssning på olika typer av kortare ljudklipp.

På [www.sverigesradio.se](http://www.sverigesradio.se) är lyssningen relativt stabil under året jämfört med föregående år. Det gäller alla typer av ljud, och utvecklingen följer fortfarande det totala antalet användare. Ungefär lika stor andel av besökarna som tidigare startar någon typ av ljudström via [sverigesradio.se](http://sverigesradio.se).



I *Sveriges Radio Play* har lyssningsaktiviteten under året ökat något mer än antalet användare per vecka. Utvecklingsinsatserna har koncentrerats kring att tillgängliggöra ljuden i *Sveriges Radio Play*, både med fler typer av ljud, fler exponeringsytor samt push- och rekommendationslösningar. Det gör att direktlyssningen fortsätter att ligga på en hög nivå och att klipplyssningen, med draghjälp av de så kallade nyhetssnurrorna samt push till klipp, ökat mycket under hela året. On demand-lyssningen på program är relativt stabil med en stark sommarperiod. Sammantaget gör det att konsumerad tid i *Sveriges Radio Play* ökar totalt sett, dock mindre än föregående år då direktlyssningen ökade jämfört med 2017.

Sammantaget, oavsett ljudtyp, är det nästan 600 000 användare per vecka som lyssnar på något i *Sveriges Radio Play* och dryga 400 000 per vecka som lyssnar på något via *www.sverigesradio.se*.

Ett avsnitt om Sveriges Radios arbete med sociala medier återfinns längre fram i kapitlet.

## 8.2 Publiken om Sveriges Radio

Novus Group genomför på uppdrag av Sveriges Radio varje år en årlig attitydundersökning.<sup>40</sup> Både personer som lyssnar på Sveriges Radio och personer som uppger att de inte lyssnar tillfrågas. Vissa frågor besvarar endast av lyssnare, vilket då anges i texten.

Undersökningen innehåller övergripande frågor om Sveriges Radio och frågor om hur de delar av utbudet man lyssnar på uppfattas. Frågorna handlar även om kanalerna, *www.sverigesradio.se*, *SR Play* och Sveriges Radio i sociala medier. I undersökningen ställs också frågor om hur viktiga Sveriges Radios program inom olika områden är samt vilket betyg de svarande ger SR inom olika programområden.

De övergripande indikatorerna om hur allmänheten uppfattar Sveriges Radio redovisas i kapitel 3, där Sveriges Radios bidrag till samhället även beskrivs mer utförligt med exempel från verksamheten.

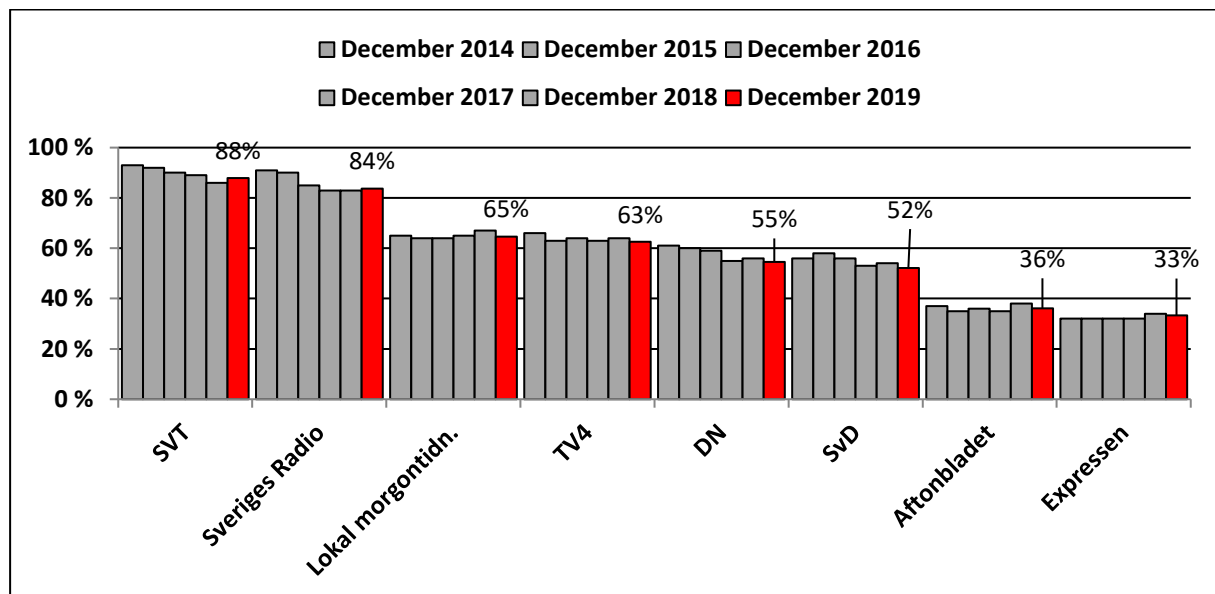
Flera indikatorer som är direkt relaterade till särskilda krav i uppdraget visas i kapitel 7, där Sveriges Radios utbud redovisas utifrån sändningstillståndets krav.

I detta kapitel redovisas andra delar av undersökningens resultat, såsom jämförelse med andra medier och mellan olika programområden i Sveriges Radios utbud. Här redovisas också publikens uppfattning om SR:s kanaler samt närvaro på digitala plattformar och i sociala medier.

---

<sup>40</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2019. Attitydundersökningen har genomförts på jämförbart sätt sedan 2009 av Novus Group på uppdrag av Sveriges Radio. Den bygger årligen på drygt 5 000 intervjuer och görs på ett representativt urval ur Novus Sverigepanel. Panelen är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldern 16–79 år.

**Diagram 15. Hur viktiga eller oviktiga tycker du att följande medier är för nyhetsförmedlingen i Sverige?**



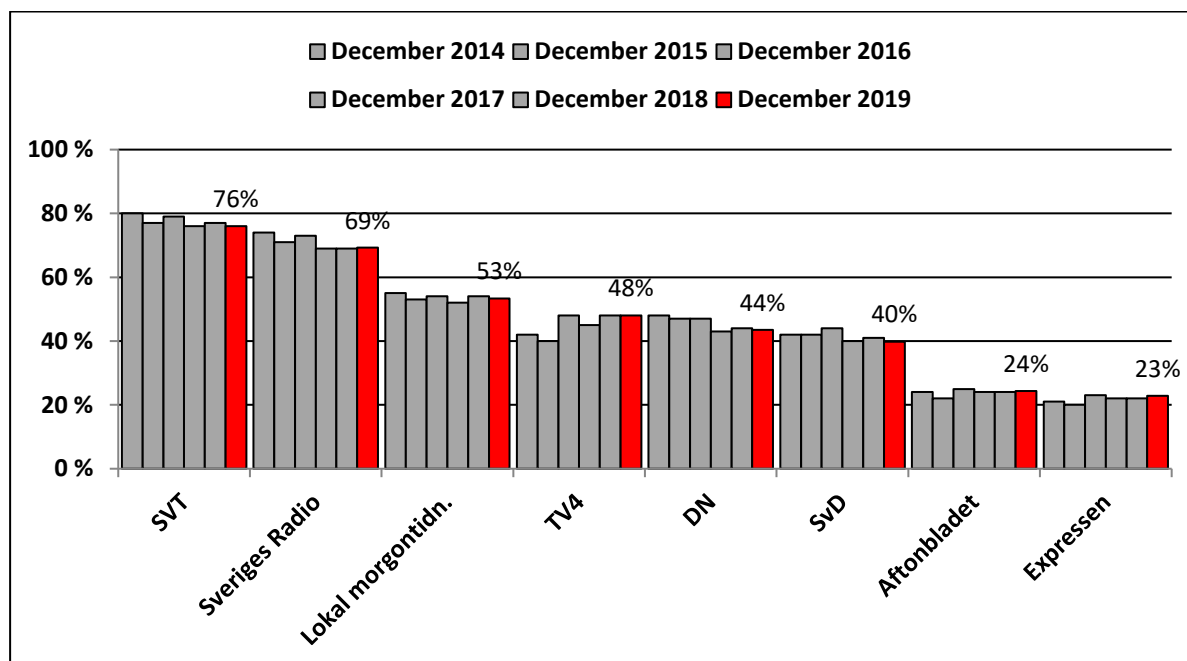
Källa: Novus Group, Attitydundersökningen december 2019.

84 procent svarade att Sveriges Radio är mycket eller ganska viktigt för nyhetsförmedlingen i Sverige. I fjol svarade 83 procent samma sak. Andelen har legat mellan 83 och 85 procent de senaste fyra åren och något högre längre tillbaka. Sveriges Radio och SVT anses klart viktigast av samtliga medieföretag i landet. Andelen är svagt vikande för flera företag som ingår i undersökningen. Förklaringarna hänger sannolikt samman med att mediekonsumtionen är mer fragmentiserad vilket innebär att varje enskild aktör minskar något i räckvidd och därmed även i viktighet. Bland dagliga SR-lyssnare svarade 93 procent att SR är mycket eller ganska viktigt för nyhetsförmedlingen. Utvecklingen kan också hänga samman med en ökad polarisering och ett minskat förtroende för mycket av det som på ett eller annat sätt kan associeras med etablissemangen.

Nyheter och lokala nyheter är tillsammans med trafikinformation, väder samt politik/samhälle också de programområden som anses viktigast i Sveriges Radios utbud. 86 procent anser att Sveriges Radios nyheter är viktiga/mycket viktiga, 84 procent anser att Sveriges Radios lokala nyheter är viktiga/mycket viktiga. Andelen som anser att nyheterna är viktiga är ett par procentenheter lägre än vid tillståndensperiodens början medan de lokala nyheterna i dag anses viktigare än 2014.

Hälften av befolkningen, 50 procent, svarar att man ofta hör viktiga nyheter först i Sveriges Radio. Andelen har varit densamma sedan 2016. Även om den var något högre längre tillbaka måste den fortfarande anses vara mycket hög mot bakgrund av att alla medieföretag i dag publicerar när det händer och att nyhetskonsumtionen ofta består av flera källor. Dessutom är konkurrensen global på ett annat sätt än tidigare.

**Diagram 16. Hur viktiga eller oviktiga tycker du att följande medier är för kulturupplevelser i Sverige**



Källa: Novus Group, Attitydundersökningen december 2019.

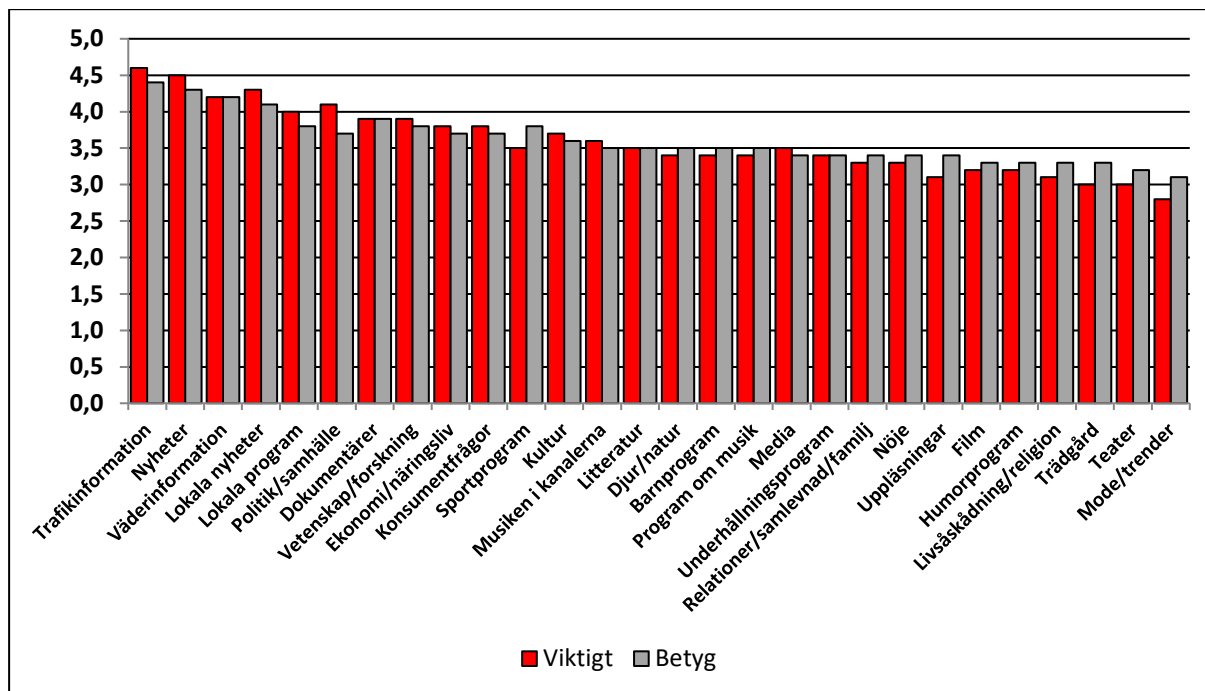
Även när det gäller kulturupplevelser är Sveriges Radio näst viktigast i landet efter SVT. Andelen, 69 procent, som tycker att Sveriges Radio är viktigt för kulturupplevelserna i Sverige är exakt densamma som de senaste två åren och ett par procentenheter lägre än några år tidigare.

Andelen som i synen på Sveriges Radios utbud håller med om påståendena avseende kultur och musik är generellt något lägre i dag än för några år sedan. Exempelvis håller 43 procent med om att de hittar musik de tycker om i Sveriges Radio, och 41 procent anser att Sveriges Radio har ett brett utbud av kultur. Sannolikt hänger den något lägre andelen avseende musik samman med det kraftigt ökade användandet av streamingtjänster. Är det på exempelvis Spotify möjligt att få lyssna enbart på musik man väljer och tycker om kan musiken i radion relativt sett upplevas sämre än tidigare. Synen på om kulturutbudet är brett eller smalt ska sannolikt förstås mot bakgrund av det mer polariserade landskapet i stort, samt den mer fragmentiserade mediekonsumtionen. 79 procent av dagliga SR-lyssnare tycker att Sveriges Radio är viktigt/mycket viktigt för kulturupplevelserna.

### Publikens värdering av olika programområden i utbudet

I Attitydundersökningen finns frågor om hur viktiga olika programområden anses vara. Förändringar från ett år till ett annat är små. Trafikinformation är som ovan nämnts tillsammans med nyheter (nationella och globala) samt lokala nyheter de allra viktigaste områdena tillsammans med väderinformation och program inom området politik/samhälle. Därefter kommer lokala program, program om vetenskap/forskning samt dokumentärer.

**Diagram 17. 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 2019.

90 procent anser att trafikinformation är viktig. Resultatet har legat stabilt mellan 90 och 92 procent de senaste åren.

Något färre, men ändå 86 procent, anser nyheter vara viktiga, 84 procent svarar samma sak om de lokala nyheterna. Bland de programområden som flest anser viktiga tycker i dag fler än tidigare att lokala nyheter, lokala program, program om politik/samhälle och program om vetenskap/forskning är viktiga. Den ökade andelen avseende lokala nyheter och program kan bero på minskad lokal närvaro av andra medier. Det kan också vara så att Sveriges Radios uttalade ambition att sända ännu mer direkt och sända från andra platser radiohuset har gett den här effekten. Det visar sig också i resultatet genom en ökning av andelen som håller med om påståendena "Sveriges Radio sänder nyheter från min del av landet" och "Sveriges Radio sänder program från min del av landet". Andelen som håller med om det första påståendet har ökat från 70 till 74 procent under tillståndsperioden och andelen som håller med om det andra har ökat från 61 till 68 procent.

Under 2020 ökar denna ambition ytterligare då Sveriges Radio etablerar nya permanenta och tillfälliga redaktioner och i ännu större utsträckning ska täcka så kallade vita fläckar på den svenska mediekartan. Den ökade andelen som anser program om politik/samhälle viktiga de senaste åren hänger sannolikt samman med nyhetsläget de senaste åren, i Sverige och i världen. Av andra undersökningar framgår att lyssnandet på Sveriges Radio ökar vid skarpa nyhetslägen, och P1:s ökning bland lyssnare under 50 de senaste åren hänger sannolikt samman med aktualitetsrapporteringen.

Stabiliteten avseende programområden som trafik- och väderinformation samt nyheter är anmärkningsvärd med tanke på att så många fler aktörer konkurrerar med snabba uppdateringar och tjänster inom dessa områden.

Respondenterna i undersökningen ombeds också att sätta betyg på respektive programområde. Betygen är genomgående höga för utbudet. Bäst är betygen inom de programområden som allmänheten anser viktigast. Snittbetyget för trafikinformation respektive nyheter är högst (4,3-4,4 på 5-gradig skala).

Några programområden med mer nischat innehåll sticker som vanligt ut genom att betygen är något högre än viktigheten, exempelvis mode/trender, trädgård och sport.

Det är främst politik/samhälle som utmärker sig på motsatt sätt. Viktigheten anses alltså något högre än betyget. En sannolik förklaring till det är polariseringen i samhället.

### **Publikens nöjdhet med P-kanalerna**

Alla som i Attitydundersökningen svarar att de tar del av Sveriges Radios innehåll får också frågor om hur nöjda de är med kanalerna. Även i denna del är mycket sig likt från de senaste åren. Det innebär att P1- och P4-lyssnarna är nöjdast. 80 respektive 78 procent av dessa kanalers månadslyssnare är nöjda eller mycket nöjda. 61 procent av P2- och P3-lyssnarna är nöjda eller mycket nöjda med sina kanaler.

Att P2-lyssnarna är något mindre nöjda beror sannolikt på att kanalen har ett mer delat uppdrag än exempelvis P1. P2-utbudet över nästan hela landet innehåller bred, flödande klassisk musik, program med smalare musikalisk profil och program på olika minoritetsspråk. Jämförelsen med streamingtjänster, som i varje stund erbjuder den musik man önskar, kan också påverka nöjdheten med en linjär radiokanal.

Att P3-lyssnarna är något mindre nöjda beror sannolikt på att en ganska stor del av kanalens publik är äldre än målgruppen. Det kan innebära att såväl musik som val av ämnen kan upplevas mindre relevanta för denna del av publiken. En klart högre andel, 71 procent av P3-lyssnarna mellan 20 och 34 år var nöjda med sin kanal.

I några fall är andelen nöjda något lägre än tidigare år, men det förekommer variationer på ett par procentenheter upp och ned över tid. Ingen kanal har en nedåtgående andel nöjda lyssnare över tid.

### **Om EU-valet**

I befolkningen (inte bara andelen som tog del av valbevakningen) ökade andelen som ansåg att Sveriges Radios bevakning av valrörelsen var viktig inför valet, från 38 procent vid EU-valet 2014 till 43 procent 2019. Den ökade viktigheten syntes i alla åldrar. Även SVT och TV4 ökade (till 59 respektive 34 procent), medan lokal morgontidning minskade till 27 procent.

Andelen som hade stort/mycket stort förtroende för Sveriges Radios valbevakning var oförändrad, 68 procent, medan andelen uttalat negativa med bristande förtroende ökade något jämfört med förtroendet för Sveriges Radios EU-valsbevakning 2014.

En stor majoritet av befolkningen – åtta av tio – ansåg att det var viktigt eller mycket viktigt att Sveriges Radio bevakade valrörelsen. Det var en något lägre andel än för riksdagsvalet (85 procent) men samma nivå som EU-valet 2014. Knappt en av tio ansåg att det inte var viktigt och lika många att det varken var viktigt eller oviktigt. De nivåerna var desamma i riksdagsvalet och i EU-valet 2014.

Hälften (48 procent) svarade att de hade tagit del av Sveriges Radios valbevakning. Det var en högre andel än inför förra EU-valet 2014 (45 procent), men en betydligt lägre andel än inför riksdagsvalet 2018 (65 procent). Det lägre användandet jämfört med riksdagsvalet bekräftas av lyssnarsiffrorna (PPM) där utfrågningarna i P1 av partiernas toppkandidater drog klart mindre publik än partiledarutfrågningarna inför riksdagsvalet 2018. Det avspeglar förmodligen den skillnad i engagemang som finns kring valen. Även om valdeltagandet ökade från 51 till 55 procent i EU-valet 2019 jämfört med 2014 är skillnaden stor mot riksdagsvalet där 87 procent röstade.

Av de som tog del av valbevakningen i Sveriges Radio tyckte över hälften att den var bra eller mycket bra. Sex av tio gav betyget 7-10 på en tiogradig skala. Knappt en av tio gav lågt betyg, 1-4. Två av tio tyckte att den varken var bra eller dålig. Det är samma nivåer som bevakningen till riksdagsvalet 2018 och EU-valet 2014. Kvinnor var mer nöjda än män och även mindre missnöjda. Var femte svarade att Sveriges Radios valbevakning bidrog till att de beslutade sig för att gå och rösta, och varannan tyckte att EU-valbevakningen gjorde dem bättre rustade att ta ställning till vad de skulle rösta på.

## Digitaliseringen ökar tillgängligheten och interaktiviteten

Sveriges Radios utbud finns där publiken finns. Det kan tolkas geografiskt, som ovan. Det kan också tolkas utifrån möjligheten att ta del av utbudet på det sätt man önskar. 72 procent upplever att de kan lyssna på Sveriges Radios utbud när, var och hur man vill. Andelen har ökat under hela tillståndsperioden (67 procent 2014). Logiskt är andelen högre när frågan ställs till Play-användare än till befolkningen i sin helhet. 85 procent av Play-användarna håller med om samma påstående. Också den andelen har ökat under tillståndsperioden. 58 procent av dem som följer/gillar Sveriges Radio i sociala medier svarar att SR på så sätt blir mer tillgängligt för dem. Andelen är densamma som 2018, men klart högre än 2017 och i början av tillståndsperioden (52 procent).

Precis som vanligt är de som använder *SR Play* mer nöjda med Play-appen än vad webbplats-användarna är med *sverigesradio.se*. Sannolikt kan det till stor del förklaras med att webbplatsen innehåller så mycket och vänder sig till så många olika typer av besökare vilket gör det svårare att tillfredsställa alla behov. Skälen att besöka *SR Play* är färre då appen i stor utsträckning är inriktad på lyssning. 45 procent av webbplatsens besökare säger sig vara nöjda med den. Andelen nöjda har legat mellan 45 och 47 procent under hela tillståndsperioden, med undantag av fjolåret då den var 50 procent. Av *SR Play*-användarna svarade 68 procent att de var nöjda med den. I början av tillståndsperioden var motsvarande andel 66 procent, i fjol 71. Förändringarna är med andra ord små över tid.

Andelen av följarna/gillarna i sociala medier som är nöjda har över tid varit svagt vikande men ökade under 2019 från 58 procent till 63. Detta kan tolkas som ett direkt kvitto på Sveriges Radios ändrade strategi i sociala medier. Under året har det varit ett ännu större fokus på publikdialogen och publikens engagemang. Ett arbete har inletts med att utforma sociala medier-närvaron mer utifrån publikens behov. Det innebär färre konton och att redaktionerna samlar sin publikdialog på större konton vilket gör det lättare för publiken att hitta. Andelen som tycker att Sveriges Radios närvaro i sociala medier gör radiolyssningen mer underhållande har ökat. Nu anser 50 procent av dem som följer Sveriges Radio i sociala medier det, vid början av tillståndsperioden ansåg 40 procent samma sak.

## Citeringar av Sveriges Radio i andra medier

En viktig del av Sveriges Radios uppdrag är den granskande journalistiken. Ett sätt att utvärdera om Sveriges Radio granskat viktiga frågor är att undersöka hur ofta andra medieföretag citerar Sveriges Radio. Detta bevakar företaget Retriever för Sveriges Radios räkning.

**Tabell 36. Utveckling över tid av hur några av Sveriges Radios nyhetsprogram citeras av andra medier, antal citat**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sveriges Radio lokalt	41 658	44 687	47 392	55 287	49 637	48 009
Ekot	19 702	21 355	26 861	28 303	24 876	24 236
Enbart Sveriges Radio	14 577	15 290	18 429	17 978	16 171	13 828
Radiosporten	3 646	3 576	4 345	6 551	4 589	3 565
Kulturnytt	4 886	3 942	3 006	5 343	3 406	3 910
Vetenskapsradion	2 407	1 609	3 422	3 215	2 473	2 403
P1-morgon	647	1 044	917	655	1 064	918
Ekots lördagsintervju	419	513	683	939	621	462
Studio Ett	307	555	423	838	600	245
Sameradion	105	292	654	386	586	351
Sverigesradio.se	242	239	103	82	1	54
Radio Sweden	18	141	9	6	83	2
Ekonomiekot	80	36	80	66	78	163
Sisuradio	1	13	14	29	19	16
<b>Totalt</b>	<b>88 695</b>	<b>93 292</b>	<b>106 338</b>	<b>119 678</b>	<b>104 204</b>	<b>98 162</b>

*Källa: Retriever december 2019.*

I tabellen betyder ”Enbart Sveriges Radio” de gånger när Sveriges Radio citeras utan koppling till en speciell redaktion eller ett program.

Sveriges Radio citerades i allt högre utsträckning under början av tillståndspanoroden. Dock följer inte de två sista åren detta mönster, utan antalet citeringar är för flera redaktioner något lägre än 2017 men högre än vid en jämförelse längre tillbaka än så. Retriever relaterar nedgången både 2018 och 2019 till en generell minskning av volymen i hela mediebranschen. Det totala antalet artiklar i Retrievers baser har minskat något mer, enligt uppgifter från Retriever. Antalet titlar som ingår har blivit färre, och innehållsligt strategiska förändringar inom mediehusen vad gäller mängden publiceringar kan också påverka den totala volymen.

## 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 2019, 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 2019, p. 20)

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 2019, p. 20)

### 9.1 Intäkter

#### Ekonomiska ramar

Sveriges Radios verksamhet finansieras av en individuell public service-avgift som tas ut via skattsedeln. Public service-avgiften ska betalas av alla över 18 år som har en beskattningsbar förvärvsinkomst.

Avgiften är en procent av inkomsten upp till ett tak, som mest 1 308 kronor per person och år. Avgiften ersatte från och med den 1 januari 2019 radio- och tv-avgiften som tidigare skulle betalas av alla hushåll med en tv-mottagare.

För verksamheten 2019 tilldelades Sveriges Radio 3 017 miljoner kronor. Nedan visas medelstilldelning och intäkter vid sidan av avgiftsmedel.

**Tabell 37. Sveriges Radios medelstilldelning och intäkter vid sidan av avgiftsmedel, miljoner kronor**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Erhållna avgiftsmedel	2 732	2 787	2 843	2 900	2 958	3 017
Justering mellan programbolagen	3	2	6	5	4	4
<b>Totalt erhållna avgiftsmedel</b>	<b>2 736</b>	<b>2 789</b>	<b>2 849</b>	<b>2 905</b>	<b>2 962</b>	<b>3 021</b>
Avgiftsmedel överförda till RIKAB	-53	-60	-59	-49	-45	-37
Avgiftsmedel överförda till SRF	-91	-74	-67	-77	-86	-73
<b>Delsumma överförda avgiftsmedel</b>	<b>-144</b>	<b>-134</b>	<b>-126</b>	<b>-126</b>	<b>-131</b>	<b>-110</b>
<b>Förändring skuldförda avgiftsmedel</b>	<b>-66</b>	<b>-7</b>	<b>58</b>	<b>72</b>	<b>11</b>	<b>-93</b>
<b>Summa intäktsförda avgiftsmedel</b>	<b>2 526</b>	<b>2 649</b>	<b>2 781</b>	<b>2 851</b>	<b>2 842</b>	<b>2 818</b>
Intäkter konsertverksamheten	24	22	26	24	27	25
Övriga intäkter	21	24	20	25	43	37
<b>Summa övriga intäkter</b>	<b>45</b>	<b>46</b>	<b>46</b>	<b>49</b>	<b>70</b>	<b>62</b>
<b>Summa avgiftsmedel och övriga intäkter</b>	<b>2 570</b>	<b>2 695</b>	<b>2 827</b>	<b>2 900</b>	<b>2 912</b>	<b>2 880</b>
Intäkter sidoverksamhet	12	12	8	10	16	18
<b>Summa intäkter</b>	<b>2 583</b>	<b>2 707</b>	<b>2 835</b>	<b>2 910</b>	<b>2 928</b>	<b>2 898</b>



## Intäkter vid sidan av avgiftsmedel

Vid sidan av avgiftsmedel har Sveriges Radio övriga intäkter på 80 miljoner kronor, inklusive sidosamverksamhet. Drygt 35 procent utgörs av biljettintäkter från Sveriges Radios Symfoniorkesters och Radiokörens verksamhet i Berwaldhallen, samt turnéverksamhet.

Östersjöfestivalen är en årlig festival som arrangeras av Sveriges Radio. Syftet är att öka samhörigheten mellan Östersjöländerna med fokus på den känsliga Östersjömiljön i kombination med klassisk musik. Utöver biljettintäkter till konserterna har festivalen samarbeten som bidrar med finansiering till festivalens budget. Kulturrådet och Stockholms stad har bidragit med sammanlagt 1,7 miljoner kronor. Beloppet ingår i Övriga intäkter i tabell 37 ovan.

**Tabell 38. Intäkter vid sidan av avgiftsmedel, miljoner kronor**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Intäkter konsertverksamheten	22,8	21,6	25,6	24,4	27,2	25,4
Turnéverksamhet Radiosymfonikerna och Radiokören	8,3	5,6	4,5	4,6	7,8	3,0
Hysesintäkter	0,4	0,7	0,9	0,7	0,6	0,4
Lönebidrag	1,8	1,3	1,2	1,2	2,1	1,8
Kompensation sociala avgifter musiker och korister <sup>41</sup>				3,9	3,5	3,5
Julkalendern	1,8	1,3	1,4	1,3	1,3	1,1
Övrigt	9,6	15,7	12,4	13,3	27,8	27,0
Sidoverksamhet	12,4	11,8	7,6	9,7	15,7	17,8
<b>Summa</b>	<b>57,1</b>	<b>58,0</b>	<b>53,6</b>	<b>59,1</b>	<b>86,0</b>	<b>80,0</b>

## Kommersiella samarbeten

Sveriges Radio definierar kommersiellt samarbete enligt följande:

”Samarbete med kommersiell aktör som genererat intäkter till SR.”

En kommersiell aktör driver verksamhet med syfte att generera vinst.

Sveriges Radio har under 2019 inte haft några kommersiella samarbeten.

## Sponsring

Varken direkt eller indirekt sponsring förekommer.

Sveriges Radio har i produktionsutläggningsavtal med externa produktionsbolag säkerställt att det inte förekommer någon direkt eller indirekt sponsring.<sup>42</sup>

<sup>41</sup> Från och med den första januari 2017 slopades det kostnadsavdrag som Berwaldhallen tidigare har gjort vid beräkning av sociala avgifter för musiker och korister. För detta har Berwaldhallen fått kompensation från Kulturrådet.

<sup>42</sup> I § 6 i produktionsutläggningsavtalen anges att ”ersättning enligt denna punkt utgör Produktionsbolagets enda ersättning.” Vidare anges i § 7 att ”Produktionsbolaget har inte rätt att ta emot ekonomiska bidrag eller bidrag av ekonomiskt värde från tredje man för Programmen.”

## 9.2 Kostnader

Sveriges Radios kostnader redovisas totalt per kostnadsslag samt fördelade per programkategori.

**Tabell 39. Sveriges Radios kostnader per kostnadsslag, miljoner kronor**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Programproduktion	1 618	1 728	1 810	1 874	1 842	1 821
Distribution	217	219	204	218	232	233
Övriga kostnader	743	752	816	808	837	826
<b>Delsumma</b>	<b>2 578</b>	<b>2 699</b>	<b>2 830</b>	<b>2 900</b>	<b>2 911</b>	<b>2 880</b>
Sidoverksamhet	12	12	11	9	14	14
<b>Summa kostnader</b>	<b>2 590</b>	<b>2 711</b>	<b>2 841</b>	<b>2 909</b>	<b>2 925</b>	<b>2 894</b>

Tabellen visar resurser för kostnadsslagen programproduktion, distribution samt övriga kostnader för åren 2014–2019.

Som Programproduktion räknas programproducerande kostnadsställen, programbeställande funktion, programavtal, internetverksamhet, *SR Play* och kostnad för kontribution.

Till Distribution räknas kostnaden för distribution av marksändningar och internetdistribution.

Återstoden räknas som Övriga kostnader. Utöver traditionella overheadkostnader ingår verksamhet som till stor del kan hänföras till och hänger ihop med programproduktion, till exempel kommunikation, investeringar, utveckling och teknik/it. Kostnaden för rena stödfunktioner (ekonomihantering, administration, HR, juridik och fastighetskostnader), som finns där för att möjliggöra kärnverksamheten programproduktion, uppgick 2019 till 245 mnkr (8,5 procent av totala kostnadsmassan).

### Kostnader per programkategori

**Tabell 40. Sveriges Radios kostnader per programkategori, miljoner kronor**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nyheter	960	958	1 002	1 095	1 106	1 113
Samhälle	419	464	460	464	459	429
Kultur	318	334	338	360	362	388
Sport	108	129	131	122	130	118
Underhållning	185	200	209	229	203	188
Musik	430	430	515	443	469	460
Service	52	51	46	48	45	46
Livsstil	106	133	129	139	135	138
<b>Summa</b>	<b>2 578</b>	<b>2 699</b>	<b>2 830</b>	<b>2 900</b>	<b>2 911</b>	<b>2 880</b>

**Tabell 41. Kostnadsandelar per programkategori**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nyheter	37 %	35 %	35 %	38 %	38 %	39 %
Samhälle	16 %	17 %	16 %	16 %	16 %	15 %
Kultur	12 %	12 %	12 %	12 %	12 %	13 %
Sport	4 %	5 %	5 %	4 %	4 %	4 %
Underhållning	7 %	7 %	7 %	8 %	7 %	7 %
Musik	17 %	16 %	18 %	15 %	16 %	16 %
Service	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %
Livsstil	4 %	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %
<b>Summa</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

Sveriges Radios resursfördelning är en konsekvens av de prioriteringar företaget gör för att leva upp till såväl public service-uppdraget som publikens förväntningar snarare än konkreta mål relaterade till andel resurser per programkategori.

Detta är i linje med Sveriges Radios strategiska mål. Inom respektive programkategori görs förändringar på kort och lång sikt vilket är en förutsättning för att kunna bedriva en flexibel publicistisk verksamhet. Såsom utbudet utvecklas blir dessutom gränserna mellan de olika programkategorierna alltmer flytande.

Fördelningen per programkategori är stabil över åren. Kategorierna Nyheter, Samhälle och Kultur utgör tillsammans cirka två tredjedelar av kostnaderna under hela perioden.

I avsnitt 3.6, om allmänhetens värdering av olika programkategorier i Sveriges Radios utbud i relation till kostnader, framgår att för i princip alla programkategorier där SR har hög andel kostnader bedömer allmänheten att de är viktiga. Dessa kategorier får även höga betyg. Sammantaget är detta en indikation på att Sveriges Radios allokering av resurser mellan programkategorier har prioriterats på ett effektivt sätt.

## Investeringar

Den strukturerade investeringsprocessen på Sveriges Radio syftar till att säkerställa att de investeringar som väljs ut är de som ger mest värde och att investeringar genomförs på effektivast möjliga sätt i förhållande till avsatta resurser.

Investeringsplanen är indelad i sex kategorier som följs upp under hela tillståndsperioden:

- redaktionell teknik – tekniska system och verktyg som används för redaktionellt arbete
- administrativ teknik – system för administrativt arbete
- kommunikation – system som är bärare av information som överförs
- servrar och lagring – de medier och system i form av disk- och lagringssystem som lagrar, säkrar och skyddar arbets- och produktionsmaterial (ljud, text, bild, databaser)
- arbetsdatorer – användarnas bärbara datorer och de fasta funktionsdatorerna på redaktionerna
- fordon – avser de bilar och lastbilar/bussar som används i produktionen.

**Tabell 42. Sveriges Radios investeringar och särskilda satsningar fördelade på investeringsområden, miljoner kronor**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Redaktionell teknik	21,8	67,3	43,7	40,5	42,5	39,9
Administrativ teknik	19,7	13,5	21,8	35,5	5,7	5,6
Kommunikation	47,9	37,0	27,3	40,8	36,5	29,5
Serverar och lagring	9,6	8,0	35,1	12,6	4,3	4,3
Arbetsdatorer	15,8	10,7	12,2	8,6	24,0	24,0
Fordon	2,8	0,0	0,0	0,1	0,0	0,4
<b>Totalt</b>	<b>117,7</b>	<b>136,5</b>	<b>140,2</b>	<b>138,0</b>	<b>112,9</b>	<b>103,7</b>

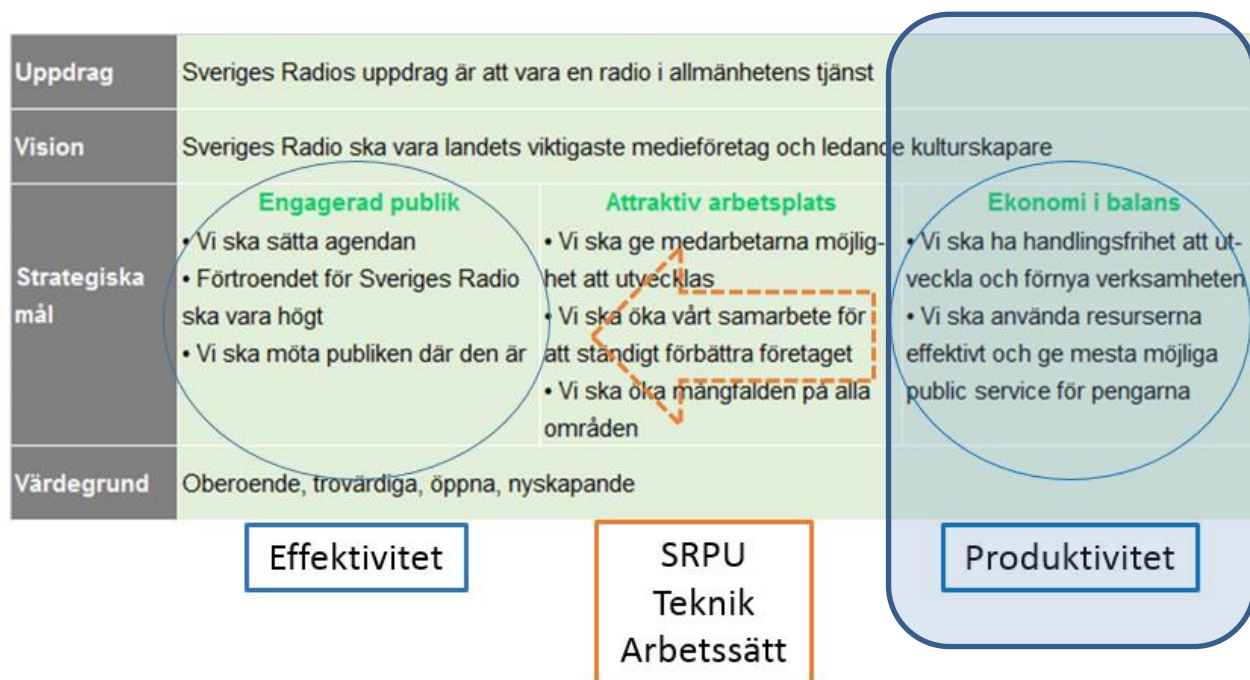
Beroende på återanskaffningscykelns olika längd för respektive område kan totalt kostnadsutfall för investeringar variera mellan åren. Till exempel är cykeln för arbetsdatorer fyra år, varför utfallet för 2014 och 2018 är högre än åren däremellan. 2019 genomfördes extra investeringar i produktions- och utveckeldatorer som är dyrare i förhållande till övriga datorer. Detta medförde höga kostnader för arbetsdatorer även 2019.

Administrativ teknik hade höga engångskostnader 2017 då flera administrativa system byttes ut. Inför 2018 reviderades företagets prioriterade satsningar där redaktionell teknik prioriterades upp medan administrativ teknik, som låg högt 2017, fick stå tillbaka.

### 9.3 Produktivitet respektive effektivitet

Genom att arbeta med produktiviteten och omfördela resurser kan Sveriges Radios personal och inköpt kompetens medverka i utvecklingsinsatser som har till mål att öka effektiviteten. Genom strävan mot de strategiska målen i Sveriges Radios styrmodell kan både ökad produktivitet och ökad effektivitet uppnås.

**Diagram 18. Sambandet mellan effektivitet och produktivitet**



Villkoren i sändningstillståndet är huvudsakligen kvalitativt formulerade, och för att svara mot dem är det främst kvalitativ utveckling som krävs. I enlighet med uppdraget kan därför kostnaden för enskilda programkategorier öka vissa år om det är i linje med Sveriges Radios prioriteringar för att öka kvaliteten. SR har därför sedan 2014 valt att inte använda kostnad per timme som mått på företagets produktivitet. Däremot redovisas såväl antal timmar (tabell 9 i avsnitt 6.1) som summa kostnader per programkategori (tabell 40 i avsnitt 9.2).

**Effektivitet** är för Sveriges Radio relaterat till public service-uppdraget och publikens behov.

Sveriges Radio följer upp effektiviteten i form av samhällsvärde och individvärde genom mått för användandet av SR:s utbud och för allmänhetens uppfattning om företaget och det utbud som tillhandahålls. Det omfattar även hur större satsningar, utvecklingsarbete och olika former av samarbeten med externa aktörer bidrar till samhället och publiken, se kapitel 3.

**Produktivitet** handlar för Sveriges Radio om att använda resurserna på bästa sätt genom att höja kvaliteten på och tillgängligheten till det som produceras och att möta publikens behov, inte att producera större mängder ljud eller att minska resurserna.

Sveriges Radio har formulerat produktivetsmått som följer upp företagets förmåga att fördela resurser till programproduktion, programutveckling, kompetensutveckling och teknisk utveckling för att ge organisationen förutsättningar och förmåga till kvalitetshöjning och ständig utveckling. Det är nödvändigt för att möta publikens ändrade lyssningsvanor i en alltmer digital medievärld.

Sveriges Radio bedömer produktiviteten genom

- resurser för programproduktion
- resurser för utveckling
- upphandlingsgrad
- övriga produktivitetsförbättringar och rationaliseringar
- koncernsamarbeten.

### Resurser för programproduktion

Andelen resurser för programproduktion är relativt konstant över åren. Under 2019 genomfördes aktiviteter med syfte att öka kvaliteten på utbudet genom en förstärkt lokal närvaro, genom att underlätta förflyttningen till digitala distributionsplattformar samt satsningar på att öka nyttjandet av sociala medier. En annan konsekvens av satsningarna var att verksamheten effektiviserades med kostnadsminskningar som följd. Satsningarna var inriktade på företagets strategiska mål att möta publiken där den är.

**Tabell 43. Resurser för programproduktion, procent**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Programproduktion	62,8 %	64,0 %	64,0 %	64,6 %	63,3 %	63,2 %
Distribution	8,4 %	8,1 %	7,2 %	7,5 %	7,9 %	8,1 %
Övriga kostnader	28,8 %	27,8 %	28,8 %	27,9 %	28,8 %	28,7 %
<b>Totalt</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

### Resurser för utveckling

Det ekonomiska handlingsutrymmet som frigjorts genom effektiviseringar av verksamheten de senaste åren har möjliggjort flera stora satsningar under tillståndspanoroden, exempelvis för att främja möjligheterna att arbeta mobilt. Med oförändrade resurser kan företaget genomföra en långsiktig kvalitetsökning av utbudet genom aktiviteter som strävar mot företagets strategiska mål att möta publiken där den är.

Inom teknikområdet fortgår generationsskiftet där alla produktions- och kommunikationssystem standardiseras mot kommunikation över ip. Genom ständig produktionsutveckling samverkar publicistik och teknik i syfte att utveckla arbetssätt och arbetsverktyg. Därigenom kan Sveriges Radio tillhandahålla bättre innehåll och utvecklade tjänster till publiken.

Utöver detta görs omprioriteringar i vardagen och en kontinuerlig utveckling av innehållet av alla chefer på redaktioner och kanaler.

## Upphandlingsgrad

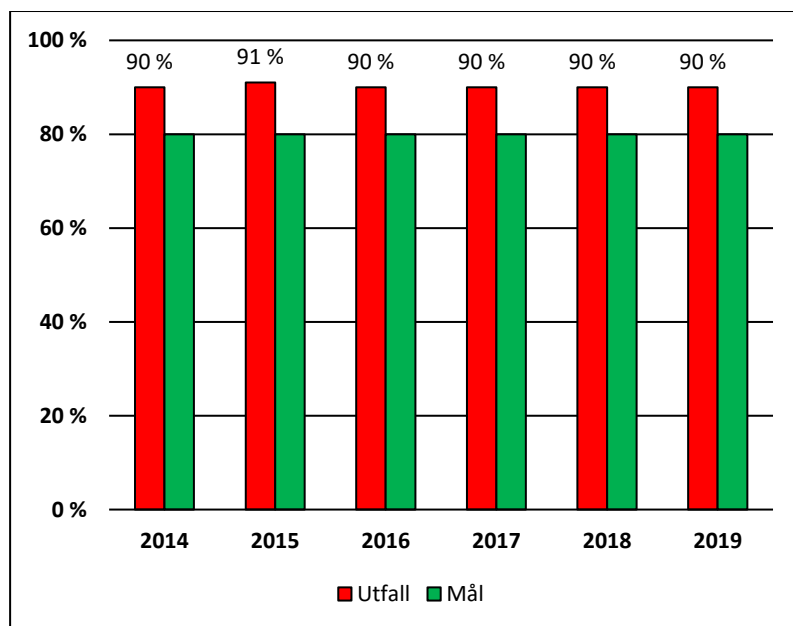
Sveriges Radios upphandlingsgrad är ett mått på den andel av totala inköp som görs med avtal upphandlade enligt Lagen om offentlig upphandling (LOU). I enlighet med branschpraxis räknar SR med en genomsnittlig kostnadsreduktion på cirka tio procent vid bibehållen eller stärkt kvalitet då inköp görs med konkurrensutsatta upphandlade avtal.

Den systematiska upphandlingsprocessen bidrar till ständig produktionsförbättring. Processen leder också till ökad standardisering av varor och tjänster, vilket i sin tur leder till kostnadsminskningar. Tidsåtgången från konstaterat inköpsbehov till färdigt avtal och kostnaden för upphandlingskonsulter har minskat.

Målet är att upphandlingsgraden ska vara minst 80 procent. För enstaka inköpskategorier är målet betydligt högre. Till exempel är upphandlingsgraden 100 procent för inköpskategorin Distribution och kontribution, 86 procent för kategorin Kontor och fastighet och 88 procent för IT Infrastruktur.

Upphandlingsgraden ligger fortsatt på en hög nivå. För planerade inköp, där inköpsvolymen per tillfälle är över direktupphandlingsgränsen, låg upphandlingsgraden på 99,0 procent. Totalt låg upphandlingsgraden på 90 procent för 2019.

**Diagram 19. Upphandlingsgrad, procent**



## Övriga produktivetsförbättringar och rationaliseringar

För att möta nya behov i en publik konkurrenssituation måste Sveriges Radio kontinuerligt pröva om resurser kan flyttas. Under 2019 har SR inom teknikområdet arbetat vidare med att implementera strategier för produktion, studiolokaler, fordon och utrustning för att öka produktiviteten och sänka kostnadsnivån för olika tekniska resurser. Strategierna är långsiktiga och kommer att ge effekter fullt ut först 2027 även om vissa effekter är mer omedelbara.

Nedan listas exempel där resurser frigjorts eller kommer frigöras framöver inom vissa områden för att omfördelas till att leverera högre kvalitet eller mer innehåll inom ramen för de medel Sveriges Radio disponerar.

- Förändringar i programbeställningar och ny lättare teknik möjliggör stora förändringar när det gäller produktionsfordonen. Drygt hälften av nuvarande stora OB-bussar och mellanstora sändarbilar ska avvecklas fram till år 2027 och ersättas med mindre fordon och lättare teknik.
- Generellt inom it har det över en 10-årsperiod skett en standardisering av distribution och ny teknik. Dessa rationaliseringar har årligen frigjort betydande belopp som har finansierat utökade behov inom teknikområdet, till exempel har nya kontributionslösningar medfört betydligt lägre teknikkostnader i jämförelse med tidigare. Under 2019 har dessutom behovet av konsulter inom teknikområdet minskat. Minskningen beror främst på att standardiseringen av tjänster medför att Sveriges Radios medarbetare kan göra mer utan expertkonsulter.
- Fastighetshanteringen har centraliserats och lokalytor har minskats. Renoverade och funktionsbaserade kontorslokaler innebär att antalet kvadratmeter kontorsyta per anställd kan minskas vilket ger lägre lokalkostnader.
- Konsulthemtagning – SR har kunnat öka antalet it-utvecklare från cirka 20 till drygt 40 och samtidigt sänka kostnaderna genom att anställa på poster som tidigare varit konsultuppdrag.
- Produktionsstrategi – Med mer lätttrörlig produktionsteknik genom förnyade och mer mobila produktionsmetoder minskar behovet av fasta studiolokaler. När kvarvarande studior görs mer multifunktionella kan antalet ytor minskas ytterligare. Företaget har även minskat annan utrustning genom ökad samordning och centraliserad överblick och synkronisering.

Sveriges Radio har genomfört ett projekt för schema- och bemanningsoptimering. Flertalet organisatoriska områden har nu en schemaspecialist som stöttar chefer och arbetsledare i schemalägningsarbetet. Det innebär att dessa avlastas och kan frigöra tid till andra ledarskapsuppgifter, samtidigt som företaget får en effektivare bemanningsplanering vilket också frigör tid till journalistiken. Arbetet fortsätter även med att utveckla och förbättra systemstöd för schemaläggning.

Hela företaget arbetar ständigt med prioriteringar inom befintlig ram för att kunna genomföra nya satsningar.

I avsnitt 3.7 redovisas en del av vad som kunnat genomföras tack vare företagets produktivetsarbete.



## Koncernsamarbeten

### Koncerngemensamma upphandlingar

Under 2019 avslutade de tre programbolagen i samarbete med SRF 18 större gemensamma upphandlingar. Avslutade koncerngemensamma upphandlingar omfattande samtliga programbolag avsåg marknadsundersökningar, taxitjänster i Göteborg och Malmö, tjänstereseförsäkring, säkerhetsprodukter, it, elservice-arbeten och mindre el-entreprenader, tekniska konsulter, korttidshyra av fordon, kontorsmateriel, inredning, kurs- och konferenstjänster samt återförsäljare av KVM-system.

SVT och SR har genomfört gemensamma upphandlingar av it, återvinning och presentkortsportal. SRF och Sveriges Radio har genomfört en gemensam upphandling av rekryterings- och bemanningstjänster.

Under 2019 påbörjades vidare koncerngemensamma upphandlingar av servrar, återförsäljare av Protocols, profilprodukter, passerkursämnen och förbrukningsmaterial, vilka beräknas avslutas under våren 2020.

### Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF)

SRF är ett kunskaps- och serviceföretag som ansvarar för gemensamma service- och stödfunktioner åt de tre programbolagen SVT, SR och UR. Företaget arbetar på uppdrag av de tre programbolagen och sköter verksamheter som research, arkiv, telefonväxel, distribution, friskvård och fastighetsförvaltning. SRF är även fastighetsägare i Stockholm, Göteborg och Umeå.

SRF ägs av SVT (61 procent), SR (34,4 procent) och UR (4,6 procent) och finansieras genom att programbolagen avstår avgiftsmedel enligt en kostnadsfördelningsmodell. Antalet anställda är 70.

### Lokaler

Bolagen har gemensamt med SRF ett fastighetsråd som samordnar lokal- och fastighetsfrågor, och programbolagen samlokaliserar och samutnyttjar lokaler där det är möjligt och rationellt.

Alla tre bolagen är samlokaliserade i Göteborg och Stockholm.

SR och SVT är samlokaliserade i Borås, Halmstad, Kalmar, Karlskrona, Kiruna, Linköping, Norrköping, Skellefteå, Skövde, Uddevalla, Visby, Örnsköldsvik och Övertorneå.

SR och UR är samlokaliserade i Malmö.

### Programsamarbeten

Sveriges Radio och UR samarbetar kring *Barnmorgon med Jonas* och *Barnradions bokpris*.

SR och SVT samarbetar kring *Vi i femman*, *Världens barn*, *Springhjälpen*, *P3 Guld*, *Melodifestivalen* och *Idrottsgalan*. En del av Berwaldhallens konserter sänds även i SVT.

SVT och UR samarbetar med *Lilla Aktuellt skola* och *Lilla Aktuellt skola eftersnack*.

Alla tre bolagen och Radiohjälpen samarbetar kring *Musikhjälpen*.

### Andra typer av samarbeten

Sveriges Radio och SVT samarbetar kring *Fria ordets dag* som hölls i Karlskrona och Växjö under 2019.

## 9.4 Sidoverksamhet

Sidoverksamheter till SR:s sändningsverksamhet ska bära sina egna kostnader och i övrigt bedrivas på ett konkurrens-neutralt sätt i förhållande till andra företag som tillhandahåller motsvarande tjänster.

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2019, p. 3)

Sidoverksamheter ska inte ges en sådan omfattning eller vara av sådan karaktär att de kan riskera att inkräkta på kärnverksamheten eller skada förtroendet för radio och tv i allmänhetens tjänst.

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2019, p. 9)

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 public service-avgifter och bedrivs på ett konkurrens-neutralt 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 Organizations).
- Uthyrning av konserthuset Berwaldhallen för konserter, konferenser och andra typer av evenemang.
- Uthyrning av musikstudior i Radiohuset, framför allt för repetitioner.
- Licensiering. Sveriges Radio licensierar inspelningar till externa aktörer för användning i kommersiellt syfte, exempelvis musikinspelningar för utgivning på cd, radioföljetonger för utgivning som ljudböcker, klipp för filmproduktioner och inslag i tv-program eller som del i teateruppsättningar.

**Tabell 44. Intäkter och kostnader för sidoverksamheten 2014–2019, miljoner kronor**

		2014	2015	2016	2017	2018	2019	Ack. – 2019
SR Media	Intäkter	7,4	5,4	2,7	4,5	10,1	12,8	42,9
Development	Kostnader	-6,0	-5,4	-3,3	-4,5	-10,1	-10,8	-40,1
Office	<b>Resultat</b>	<b>1,4</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,6</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>2,0</b>	<b>2,8</b>
Uthyrning	Intäkter	2,7	2,8	3,2	3,0	3,6	3,0	18,3
Berwaldhallen	Kostnader	-2,7	-2,4	-3,0	-3,0	-2,6	-2,1	-15,8
	<b>Resultat</b>	<b>0,0</b>	<b>0,4</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>1,0</b>	<b>0,9</b>	<b>2,5</b>
Uthyrning	Intäkter	0,7	0,9	0,8	0,6	0,4	0,4	3,8
lokaler,	Kostnader	-0,7	-0,5	-0,6	-0,5	-0,3	-0,3	-2,9
teknik	<b>Resultat</b>	<b>0,0</b>	<b>0,4</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,9</b>
Licensiering	Intäkter	1,5	2,6	0,9	1,6	1,7	1,6	9,9
	Kostnader	-1,8	-2,3	-4,2	-1,4	-1,1	-1,2	-12,0
	<b>Resultat</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,3</b>	<b>-3,3</b>	<b>0,2</b>	<b>0,6</b>	<b>0,4</b>	<b>-2,1</b>
Del av	Intäkter	0,0	0,0					0,0
gemensam	Kostnader	-1,3	-1,3					-2,6
overhead	<b>Resultat</b>	<b>-1,3</b>	<b>-1,3</b>					<b>-2,6</b>
<b>Summa</b>	<b>Intäkter</b>	<b>12,4</b>	<b>11,8</b>	<b>7,6</b>	<b>9,7</b>	<b>15,8</b>	<b>17,8</b>	<b>75,1</b>
	<b>Kostnader</b>	<b>-12,5</b>	<b>-11,9</b>	<b>-11,1</b>	<b>-9,4</b>	<b>-14,1</b>	<b>-14,4</b>	<b>-73,4</b>
	<b>Resultat</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,1</b>	<b>-3,5</b>	<b>0,3</b>	<b>1,7</b>	<b>3,4</b>	<b>1,7</b>

År 2019 utgjorde kostnader för sidoverksamheten 0,5 procent av Sveriges Radios totala kostnader.

Andelen av gemensamma overheadkostnader ingår från och med 2016 i respektive sidoverksamhet.<sup>43</sup> Utifrån att kostnadspåslaget för overhead ska vara relevant och kunna justeras kontinuerligt för att spegla förändringar i verksamheten har kostnadsslaget Övriga kostnader valts som mått. I detta kostnadsslag ingår kostnader som är gemensamma för hela företaget. Utöver traditionella overheadkostnader (ekonomihantering, administration, HR, juridik och fastighetskostnader), som finns för att möjliggöra kärnverksamheten programproduktion, ingår verksamheter som kommunikation, investeringar, utveckling och teknik/it.<sup>44</sup>

Resultat för respektive sidoverksamhet balanseras mot tidigare års ackumulerade resultat.

Det ackumulerade resultatet för perioden 2009–2019 är positivt för SR MDO, Berwaldhallens lokaluthyrning samt uthyrning av studiolokaler. Däremot uppvisar försäljningen av varor ett negativt balanserat resultat. Den huvudsakliga anledningen till detta är att verksamheten i samband med en omstrukturering 2016 belastades med engångskostnader i form av kundförluster för historiska obetalda kundfordringar samt nedskrivning av varulagret. Efter denna omstrukturering, som även ledde till att försäljningen av varor upphörde, innehåller denna post endast företagets licensiering som har genererat överskott.

<sup>43</sup> SR MDO är undantaget från påslag då denna verksamhet bedrivs i andra länder och till mycket liten del är beroende av Sveriges Radios infrastruktur.

<sup>44</sup> Definitionen har förtydligats i jämförelse med Public service-redovisningen 2017, men beräkningen av måttet är oförändrad.

Sveriges Radio bedömer att ingen del av sidoverksamheten riskerar att inkräkta på kärnverksamheten eller skada förtroendet för radio och tv i allmänhetens tjänst.

### **Prissättning**

Sidoverksamheten bedrivs inom konkurrensutsatta och väl fungerande områden. Prisbilderna inom dessa områden är väl kända för kunder och andra leverantörer.

För uthyrning av Berwaldhallen och musikstudior gäller att den egna verksamheten prioriteras före externa kunder.

Sveriges Radio gav 2014 en konsultfirma i uppdrag att analysera de prisnivåer som används vid uthyrning av Berwaldhallen. Prisnivåerna bedöms ligga i nivå med andra konsertlokaler i Sverige. Vad gäller musik- och publikstudiorna i Radiohuset i Stockholm ligger priserna lägre än lite större repetitionslokaler men högre än mindre repetitions- och musikinspelningslokaler. Sveriges Radio gör bedömningen att prisnivåerna för denna typ av lokaler inte har förändrats.

Prissättning vid försäljning av licensieringar av inspelningar och program görs efter omvärldsbevakning. Avstämning mot andra bolags prisnivåer och produktionskostnader görs regelbundet. Sveriges Radios pris baseras på det beräknade PPD-priset<sup>45</sup> och på rekommendationer från upphovsrättsorganisationer.

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.

---

<sup>45</sup> Published Price to Dealer – pris innan produkten når handeln.

## 10 Planer för framtiden

### Nytt sändningstillstånd

Sveriges Radio har ett nytt sändningstillstånd och nya medelsvillkor som gäller från 1 januari 2020 till 31 december 2025. Det sätter ramen och de grundläggande förutsättningarna för verksamheten. Satsningarna och vägen framåt utgår från publicistiken. Under de kommande åren läggs stor kraft på att utveckla och fördjupa verksamheten genom att implementera företagets vision utifrån de mål och indikatorer som beslutats. Företaget kommer också fortsatt arbeta med att än mer förstärka Sveriges Radio som varumärke och som arbetsgivarvarumärke: att Sveriges Radio måste bli valt, både av en större publik och av kompetenta och attraktiva medarbetare, och då är det viktigt att tydliggöra vad företaget står för.

### Utbudet

Nyhetsredaktionerna lokalt och nationellt inom allmänna nyheter, kultur, sport samt nyheter för barn ska öka samarbetet för att bättre spegla hela Sverige i det linjära riksutbudet och i *SR Play*. *P3 Nyheter* blir mer naturligt närvarande i det linjära utbudet och bryter oftare in i flödet. Nyhetsutbudet förstärks bland annat genom att flera tillfälliga lokala redaktioner inrättas.

Under 2020 ska en översyn ske av P1:s vetenskapsutbud, till exempel ska en vetenskapspodd startas. P1 ska även fortsatt arbeta med att förbättra utbudet för att spegla hela Sverige. Kulturutbudet ska utvecklas och nyheterna vässas. Det amerikanska valet 2020 kommer att bevakas liksom det allt hårdare politiska klimatet i Europa samt Kinas ökade inflytande och påverkan i världen.

P2 som musikkanal utvecklas. Målet är att öka kännedomen om P2 som renodlad musikkanal i *SR Play*. Konsertutbudet kvällstid får en ny utformning och ska nå ut digitalt med tydligare format – Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören prioriteras.

P3:s ambition att positionera sig inom musikjournalistiken fortsätter genom att en ny musikpolicy ska införas under 2020 samt genom att det musikjournalistiska uppdraget ska förnyas. P3:s linjära kanal ska präglas av en livesänd närvaro som hålls ihop över hela dagen och som ger lyssnaren det bästa sällskapet just nu i form av musik, musiknyheter och samhällsjournalistik. P3 fortsätter storsatsa på poddar, och nytt blir att poddarna ska präglas mer av innehållet i den direktsända kanalen.

De lokala P4-kanalernas uppdrag förnyas med sikte på att erbjuda lyssnarna att lättare och snabbare ta del av lokalt innehåll när de själva vill. Lokalt förstärks uppdraget också med ännu högre ambitioner att vistas där publiken finns. P4 Plus – kanalen för de lite äldre lyssnarna – permanentas under året.

Radiosportens nya vision lanseras med fokus på att även möta publiken i en mer digital värld.

*SR Play*-appens tre kärnvärden – linjärt, nyheter, poddar och program – ska stärkas och vidareutvecklas under året. Ett nytt verktyg för socialt ljud utvecklas med syfte att skapa och utveckla relationen med publik på sociala plattformar.

Samarbeten ska stärkas inom företaget för att ytterligare kunna knyta ihop lokala, nationella och globala perspektiv i bevakningen och därigenom kunna erbjuda lyssnare fördjupning i de stora samtidsfrågorna.

### Sveriges Radios externa kommunikation

Under 2020 kommer garanten Sveriges Radio fortsatt att vara prioriterad i kommunikationen, och förstärks med den nya visionen ”Fler röster och starkare berättelser för en större förståelse”, som tillsammans med de ny strategiska målen redovisas i bilaga 2. Varumärkesprojektet fortsätter för att stötta de större prioriteringarna inom programutbudet. Varumärkesplattformen kommer att utökas och fokus blir att se över de grafiska uttrycken och ta fram en ljudidentitet.

### **Attraktiv arbetsplats**

Kompetensutvecklingsplanen på Sveriges Radio är indelad i fem områden: chef och arbetsledare, kompetensomställning och kompetensväxling, journalistik, tekniska satsningar/projekt och övrigt. Insatser och utbildningar inom alla dessa områden kommer att genomföras. Arbete pågår också för att stärka arbetsgivarvarumärket Sveriges Radio och den långsiktiga kompetensförsörjningen.

### **Ekonomi i balans**

Under tidigare år har Sveriges Radio byggt upp en reserv för att kunna genomföra strategiska satsningar. I 2020 års budget tas 175 miljoner kronor av företagets balanserade reserv i anspråk till sådana satsningar. Några satsningsområden:

- omfattande publicistiska satsningar som syftar till att öka användandet av Sveriges Radios innehåll på mobila plattformar och att bättre spegla Sveriges befolknings skilda förutsättningar, levnadsvillkor och bakgrunder
- större fastighetsunderhåll av Radiohuset i Stockholm
- infrastruktursatsningar
- kompetensutveckling samt utveckling av chef- och medarbetarskap
- marknadsföring och kommunikation.

# Bilaga 1 – Villkor i sändningstillstånd och anslagsvillkor

## Sändningstillstånd

Villkor – nyckelord	Kapitel, avsnitt
§ 1 – fyra ljudradioprogram	5.1
– regionalt innehåll	7.9
– 99,8 procents täckning	ja, det uppnås
§ 2 – bereda utrymme för sändningar av radiotidningar	behovet upphörde januari 2015
§ 3 – upplåta sändningstid till Utbildningsradion	bolagen har ett avtal
§ 4 – mottagning av sändningar	7.10.3
§ 5 – analog utsändningsteknik av hög kvalitet	7.10.3
§ 6 – mångsidigt programutbud	6.1 och 7
– särskilt ansvar för svenska språket	4.1.6
– jämställdhet och mångfald, spegla hela landet och variationer i befolkningen	7.1
– hög kvalitet, nyskapande form och innehåll	4 och 7
– folkbildningsambitioner	7
– mångfald av åsikter	7
§ 7 – variation i produktionsformer	7.7
§ 8 – nyhetsverksamhet	7.2
§ 9 – kulturutbud	7.3
§ 10 – barn och unga	7.4
– minoritetsspråk för barn och unga	7.6
§ 11 – tillgänglighet funktionsnedsättning	7.5
§ 12 – minoritetsspråk	7.6
§ 13 – sändningar till utlandet	SR har inte haft utlandssändningar sedan kort- och mellanvåg upphörde 2010
§ 14 – opartiskt, sakligt etc.	4.1.7
§ 15 – beriktigande, genmäle etc.	4.1.7
§ 16 – respektera enskilds privatliv	4.1.7
§ 17 – ljudradions genomslagskraft	4.1.7
§ 18 – ej sända reklam	SR sänder inte reklam förutom för egen, SVT:s eller UR:s programverksamhet
§ 19 – sponsring, indirekt sponsring	9.1
§ 22 – VMA	7.10.2
§ 23 – hög säkerhet, undvika sändningsavbrott	7.10.3
§ 24 – beredskap i samarbete med MSB	7.10.1

## Anslagsvillkor

Villkor – nyckelord	Kapitel, avsnitt
p. 1 – ekonomisk redovisning	9
p. 2 – kärnverksamhet och kompletterande verksamhet	5.3
p. 3 – sidoverksamhet	9.4
p. 4 – medel till RIKAB	9.1
p. 5 – RIKAB avgiftshantering och förvaltning av medel	säkerställs genom delägarskap och styrelserepresentation i RIKAB
p. 6 – medel till Sveriges Radios förvaltnings AB	9.1
p. 7 – ingen kostnad för allmänheten	SR tar inte ut några avgifter
p. 8 – delta i utveckling av produktions- och distributionsteknik	4.2.2 och 4.2.3
– nå lyssnarna på olika plattformar	5 och 6
p. 9 – kärnverksamhet och kompletterande verksamhet	5.3
– sidoverksamhet	9.4
p. 10 – nya tjänster	4.2.6
p. 11 – överenskommelser med SVT och UR angående minoritetsspråk respektive funktionsnedsättning	överenskommelserna lämnades in före 2020-01-01
p. 12 – Berwaldhallen	7.3.7
p. 13 – decentraliserad organisation	4.1.2
p. 14 – 55 procent av allmänproduktion utanför Stockholm	7.1.7
p. 15 – dialog externa bolag	4.1.4
p. 16 – samarbete Utbildningsradion sändningstid	bolagen har upprättat ett avtal
p. 18 – budgetunderlag 2020-2025	SR har uppfyllt kravet
p. 19 – redovisningar för RIKAB lämnas	säkerställs genom styrelserepresentation
p. 20 – intäkter	9.1
– indirekt sponsring	9.1
– kommersiella samarbeten	9.1
– kostnader	9.2
– resurser per programkategori	9.2
– effektivitet	3 och 9.3
– produktivitet	9.3
– produktivitetsförbättringar/rationaliseringar	9.3
– koncernsamarbeten	9.3
– sidoverksamhet	9.4
– programstatistik	5.1, 6.1 och 7
– publikens lyssnande och omdömen	8
– planer för kommande år	10
p. 21 – revisorsintyg	sist i redovisningen



## Bilaga 2 – Sveriges Radios vision och strategiska mål 2020-2025

### Vision

Fler röster och starkare berättelser för en större förståelse

### Strategiska mål

De nya strategiska målen är formulerade i jag-form utifrån medborgarens och lyssnarens perspektiv

- Jag väljer Sveriges Radio
- Jag litar på Sveriges Radio
- Jag hör min och din vardag i Sveriges Radio
- Jag möter ett Sveriges Radio som är nyskapande

### Tretton publicistiska utvecklingsområden för Programenheten kommande år:

**Nya P3:** vända lyssningsutvecklingen och stärka podd-produktionen

**Framtidens lokala innehåll:** en ny lokal P4-beställning med fokus på att nå ut och ett förtydligt digitalt uppdrag

**Musikanalys:** definiera Sveriges Radios roll i ett nytt musiklandskap och anpassa policies därefter

**Radiosporten:** ny strategi för hur Radiosporten ska vara förstahandsvalet även för en digital publik

**Nyhetsutveckling:** bli bättre på egna nyheter och att berätta dem

**Utvecklad P1-tablå:** bättre förutsättningar för att erbjuda mer aktuellt innehåll

**Evenemangen:** bättre förutsättningar för evenemang och större utsändningar

**Poddar:** en ny poddstrategi och bättre förutsättningar för formatutveckling och poddproduktion

**Bilen:** säkerställa Sveriges Radios position i bilen

**SR Play:** stärka appens tre kärnvärden: direkt, nyheter, poddar & program

**Röst:** Sveriges Radio ska ta en ledande position i det röststyrda eko-systemet

**De stora frågorna:** skapa bättre förutsättningar för att belysa frågor och ämnen som berör hela publiken

**Större förståelse:** fler perspektiv och nya sätt att berätta

## Bilaga 3 – Sveriges Radios kanaler och distributionsplattformar

### Sveriges Radios FM-kanaler

- **P1** är talat innehåll om samhälle, kultur och vetenskap. Kanalen erbjuder nyheter och aktualiteter, granskning och fördjupning men också livsåskådnings- och livsstilsprogram samt underhållning och upplevelser, till exempel i form av teater.
- **P2** erbjuder konstmusik – klassisk såväl som nutida – improvisationsmusik och traditionsmusik, till exempel jazz eller världsmusik. P2 sänder på andra språk än svenska.
- **P3** är ung public service. Samhällsjournalistik, populärkultur, humor och relationer är bärande delar. P3 guidar till den nya musiken och lyfter fram nya svenska artister.
- **P4** är den lokala nyhets- och aktualitetskanalen för hela Sverige samt kanalen för sport och barnradio. I P4 presenteras nyheter, aktualiteter, kultur och livsstilsfrågor samt bred radiounderhållning i form av klassiker och nysatsningar. P4 är även kris- och beredskapskanalen som ständigt kan förse allmänheten med viktig information. På kvällar, nätter och helger sänds ett riksutbud.
- **P6** är Sveriges Radios flerspråkiga kanal, med musik och program på flera språk.
- **P4 Södertälje** är en underredaktion till Radio Stockholm med egna morgonsändningar över Södertäljeområdet.
- **P3 Din Gata** är en Malmöbaserad lokal kanal för den unga publiken.

### Sveriges Radios DAB-kanaler

I samband med att tre musikkkanaler, P2 Klassiskt, P2 Världen och P3 Star lades ner gjordes utbudet i DAB om samtidigt som ny utsändningsstandard (DAB+) började användas. Den 1 juli började Sveriges Radio att sända DAB+ på den nationella multiplex (MUX 1 SR DAB) som når områdena Stockholm, Södertälje, Uppsala, Göteborg, Malmö och Luleå, det vill säga cirka 42 procent av Sveriges befolkning. Den enda kanalen som fortfarande sänds med den äldre ljudkodningen DAB är finskspråkiga P7 Sisuradio.

SR:s utbud i digitalradion är i nuläget:

- SR P1
- SR P2
- SR P3 Din Gata
- SR P4 Stockholm
- SR Knattekanalen
- SR P7 Sisuradio.

### Sveriges Radio sänder via webben

Samtliga kanaler som finns i FM (riks och lokala) samt i DAB sänds också på [sverigesradio.se](http://sverigesradio.se). Där är P2 uppdelat på kanalerna P2 (Musik) respektive P2 Språk och musik. Dessutom finns där ett internet-exklusivt utbud:

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

### ***Sverigesradio.se***

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

### **Appar**

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

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

### **Röststyrda assistenter och andra plattformar**

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

### **API**

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

## Bilaga 4 – Bolagsgemensamt index för minoritetsspråk

För att kunna göra en samlad bedömning av programbolagens utbud på de prioriterade minoritetsspråken har bolagen utvecklat en gemensam 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 2013–2019

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Finska	100	112	146	157	153	159	168
Samiska	100	118	115	126	135	153	152
Meänkieli	100	116	128	188	205	243	231
Romani chib	100	135	139	187	203	211	231
Teckenspråk	100	87	102	113	147	141	157
<b>Medelvärde</b>	<b>100</b>	<b>114</b>	<b>126</b>	<b>154</b>	<b>169</b>	<b>181</b>	<b>188</b>

År 2019	SR	SVT	UR	Medelvärde
Finska	103	120	280	168
Samiska	103	193	162	152
Meänkieli	138	365	190	231
Romani chib	113	330	250	231
Teckenspråk	-	187	128	157
<b>Medelvärde</b>	<b>114</b>	<b>239</b>	<b>202</b>	<b>188</b>

År 2018	SR	SVT	UR	Medelvärde
Finska	102	114	260	159
Samiska	102	195	162	153
Meänkieli	138	412	180	243
Romani chib	113	283	238	211
Teckenspråk	-	162	121	141
<b>Medelvärde</b>	<b>114</b>	<b>233</b>	<b>192</b>	<b>181</b>

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
<b>Medelvärde</b>	<b>112</b>	<b>202</b>	<b>185</b>	<b>169</b>

År 2016	SR	SVT	UR	Medelvärde
Finska	102	109	260	157
Samiska	100	139	138	126
Meänkieli	130	265	170	188
Romani chib	102	248	213	187
Teckenspråk	-	155	72	113
<b>Medelvärde</b>	<b>109</b>	<b>183</b>	<b>170</b>	<b>154</b>

<b>År 2015</b>	<b>SR</b>	<b>SVT</b>	<b>UR</b>	<b>Medelvärde</b>
Finska	101	104	233	146
Samiska	100	130	115	115
Meänkieli	103	112	170	128
Romani chib	101	117	200	139
Teckenspråk	-	145	59	102
<b>Medelvärde</b>	<b>101</b>	<b>121</b>	<b>155</b>	<b>126</b>

<b>År 2014</b>	<b>SR</b>	<b>SVT</b>	<b>UR</b>	<b>Medelvärde</b>
Finska	100	109	127	112
Samiska	100	123	131	118
Meänkieli	100	129	120	116
Romani chib	100	130	175	135
Teckenspråk	-	115	59	87
<b>Medelvärde</b>	<b>100</b>	<b>121</b>	<b>122</b>	<b>114</b>

<b>År 2013</b>	<b>SR</b>	<b>SVT</b>	<b>UR</b>	<b>Medelvärde</b>
Finska	100	100	100	100
Samiska	100	100	100	100
Meänkieli	100	100	100	100
Romani chib	100	100	100	100
Teckenspråk	-	100	100	100
<b>Medelvärde</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

## Bilaga 5 – Priser till Sveriges Radios produktioner och medarbetare

”Rätt, rakt och osentimentalt ger de lyssnarna en unik inblick i ett Sverige där tre syskon väljer att resa till terrorsekten IS” lød motiveringen när Rosa Fernandez och Karwan Faraj tilldelades **Stora Journalistpriset** i kategorin årets berättare för dokumentärserien ”Terrorsyskonen och IS”.

Bibi Rödöö, mångårig programchef för *Sommar & Vinter i P1* belönades med **Lukas Bonniers Stora Journalistpris** för sitt arbete enligt juryns motivering ”För att hon ständigt ger oss något att prata om, sommar som vinter.”

Hanna Hellquist, bland annat programledare i *Morgonpasset i P3* och *P3 Psykologen* tilldelades **Stora Journalistpriset** i kategorin årets röst med motiveringen ”Inget är tabu. Med hjälp av sin humor och smärta gestaltar hon det djupt mänskliga och blir en stark röst för lyssnare, läsare och tittare.”

**Guldspaden** delas ut av Föreningen Grävande Journalister, och i kategorin etermedia lokal vann P4 Västernorrlands Ulla Öhman för sin granskning av hur Kramfors kommun medvetet placerade normalbegåvade barn och ungdomar i särskola vilket fick mycket stora konsekvenser för eleverna.

Vid **Prix Europa** kom *P1 Dokumentärs* ”Hjälp! Mina vänner är pedofiler” på andra plats i kategorin ”Radio Documentary”.

I kategorin ”Radio Music” tilldelades P2-programmet *Fråga musikprofessorn* (Produktionsbolaget Munck AB) också en andraplats.

*Ekots* reporter Katarina Gunnarsson nominerades till priset *Årets europeiska journalist*.

*Ekonomiekot* tilldelades för andra året i rad förstapriset i kategorin Årets TV & Radio vid **Ekonomijournalistpriset**.

Vid **New York Festivals**, tävlingen som uppmärksammar världens bästa radio, fick Barnradion ta emot fyra medaljer:

- *När Findus var liten och försvann*, en av författaren Sven Nordqvist mest älskade böcker, fick guld i kategorin ”Best Audio Book – Children’s”.
- *Turid – en vikingasaga*, om 15-åriga Turid som blir bortgift mot sin vilja med en kungason, tilldelades silver i kategorin ”Best Children/Young Adult Program”.
- *Historien om Bodri*, om författaren Hédi Frieds egna upplevelser under förintelsen, fick brons i kategorin ”Best Audio Book – Children’s”.
- *Barnen möter partiledarna* fick brons i kategorin ”Best Children/Young Adult Program”.

*Ekots* undersökande reporter Daniel Velasco tilldelades **Stora priset** av Stiftelsen Allmänna Barnhuset för sitt mångåriga arbete innehållandes exempelvis dokumentärer som ”Hästgården” och ”Den fastspända flickan”. I juryns motivering sades bland annat att Velasco ”bidragit till att förbättra situationen för utsatta barn i Sverige.”

*Sameradiopodden: Duohta ivnnit* med programledarna Merethe Kuhmunen och Monica Andersson belönades med **Silversleven** av Publicistklubben Norra Norrland, för förmågan att ta upp svåra och tabubelagda frågor i det samiska samhället.

Radioakademiens pris **Guldörat** tilldelades 2019 Sveriges Radio i tre kategorier: Årets förnyare – ”Den röststyrda Julkalendern”, Årets Avslöjande – ”När vården inte räddar liv” (Daniel Velasco och Emelie Rosen, *Ekot*) samt Årets Radioupplevelse – ”Den stora brandbevakningen” (P4 Gävleborg).

Radioakademins hederspris tilldelades Sveriges Radios Anders Held som bland annat varit med och grundat den årliga mässan Radiodays Europe.

Nyckeltalsinstitutet tilldelade Sveriges Radio priset som **Sveriges mest jämställda arbetsplats** 2019. Underlaget för utmärkelsen ser till ett antal uppgifter som rör skillnaden mellan kvinnor och män inom personalområdet, bland annat löneskillnader, anställningsgrad, sjukfrånvaro och hur jämställd företagsledningen är.

## Bilaga 6 – Antal anställda per ort december 2019<sup>46</sup>

Ort	Antal	Ort	Antal
Malmö	97	Örebro	33
Karlskrona	26	Gävle	33
Kristianstad	30	Falun	37
Helsingborg	4	Karlstad	31
Simrishamn	1	Bollnäs	3
		Hudiksvall	1
Växjö	47	Torsby	1
Jönköping	37	Åmål	1
Norrköping	32	Mora	1
Kalmar	33		
Linköping	2	Umeå	53
Värnamo	1	Luleå	45
Västervik	2	Östersund	37
		Sundsvall	30
Göteborg	120	Kiruna	18
Uddevalla	31	Pajala	5
Borås	28	Örnsköldsvik	2
Skövde	37	Skellefteå	2
Halmstad	26	Arvidsjaur (vakant)	0
Varberg	5	Haparanda	1
		Lycksele	1
Stockholm	1 042	Övertorneå	1
Husby	2	Jokkmokk (vakant)	0
Norrtälje	1	Karesuando	1
Södertälje	6		
Flemingsberg	1		
Berwaldhallen	161		
Uppsala	56		
Visby	31		
Eskilstuna	31		
Västerås	30		
Nyköping	3		
			<b>2 260</b>

<sup>46</sup> Antal personer, ej heltidstjänster, samtliga anställningsformer och yrkeskategorier.





## RAPPORT ÖVER FAKTISKA IAKTTAGELSER

Till Kulturdepartementet

Vi har genomfört de granskningsåtgärder som vi kommit överens om och som anges nedan rörande Sveriges Radio AB:s Public Service-redovisning för 2019. Vårt uppdrag har utförts enligt SNT 4400 *Uppdrag att utföra granskning enligt särskild överenskommelse rörande finansiell information*. Granskningsåtgärderna har vidtagits enbart för att hjälpa Er att bedöma vissa tabeller i Public Service-redovisningen.

I Sveriges Radio AB:s anslagsvillkor för år 2019 anges att bolaget årligen skall följa upp och rapportera hur public service-uppdraget uppfyllts (punkt 20 i *Anslagsvillkor för 2019 avseende Sveriges Radio*). Uppföljningsrapporten, av bolaget benämnd public service-redovisning, för 2019 skall senast den 1 mars 2020 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:

a) När det gäller punkt 1 fann vi att samtliga tabeller som ingått i vårt stickprov överensstämde med statistik ur SR:s system.

Eftersom de granskningsåtgärder som vidtagits enligt ovan varken är en revision enligt International Standards on Auditing eller en översiktlig granskning enligt ISRE bestyrker vi inget om innehållet i Public Service-redovisningen för 2019.

Om vi hade genomfört ytterligare granskningsåtgärder eller om vi hade utfört en revision enligt International Standards on Auditing eller en översiktlig granskning enligt ISRE skulle andra förhållanden kanske ha kunnat komma till vår kännedom och ha rapporterats till Er.

3



Vår rapport är enbart avsedd för det syfte som angivits i det första stycket i denna rapport och för Er information, och den ska inte användas för något annat syfte. Rapporten gäller endast det som angivits ovan och omfattar inte Public Service-redovisningen som helhet.

Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB

Stockholm den 25/2-2020

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Camilla Samuelsson".

Camilla Samuelsson  
Auktoriserad revisor  
Huvudansvarig

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Victor Brusewitz".

Victor Brusewitz  
Auktoriserad revisor  
Utsedd av regeringen