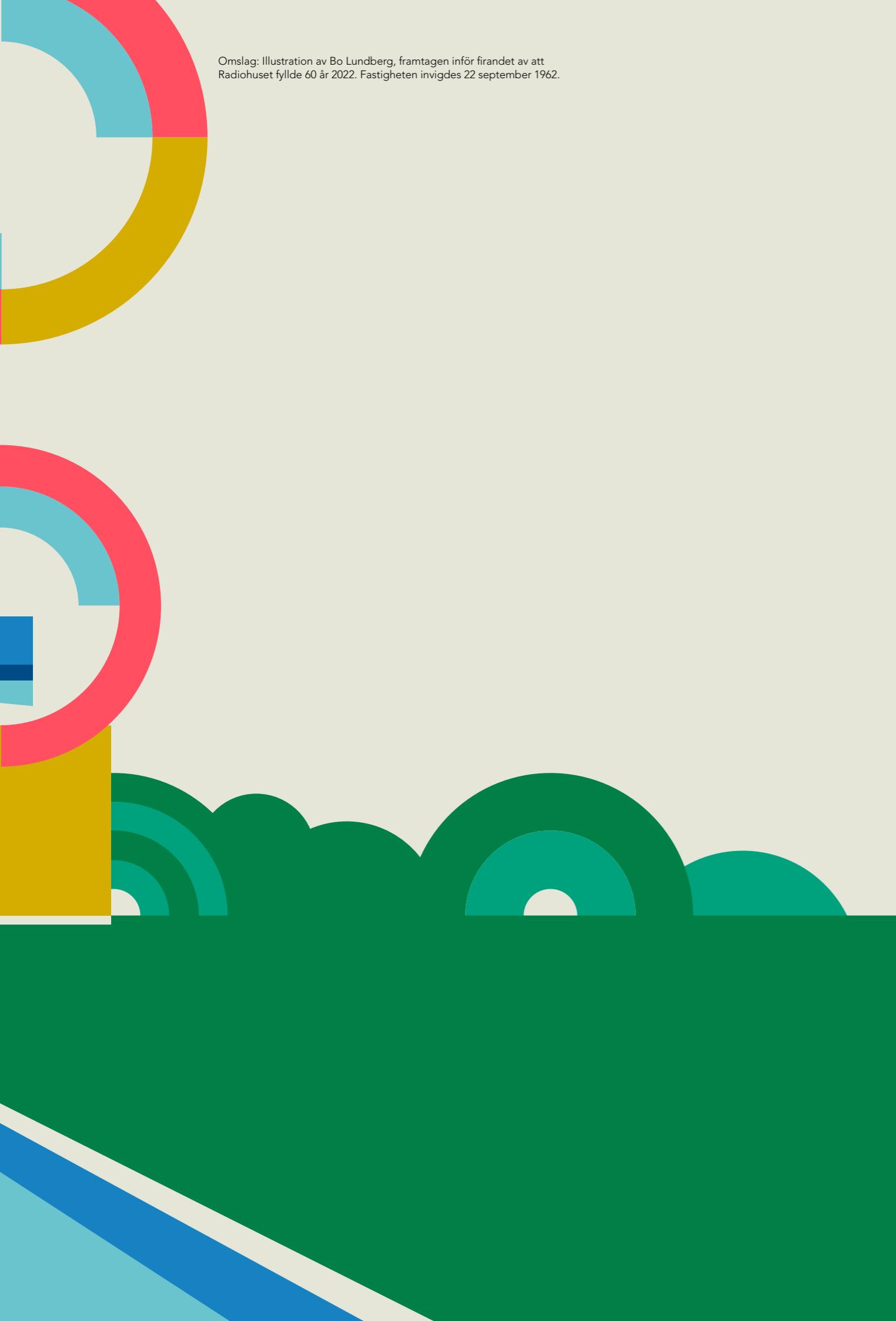




sverigesradio

PUBLIC SERVICE-REDOVISNING 2022



Omslag: Illustration av Bo Lundberg, framtagen inför firandet av att
Radiohuset fyllde 60 år 2022. Fastigheten invigdes 22 september 1962.

sverigesradio
PUBLIC SERVICE-REDOVISNING 2022

Innehåll

2022 PÅ 2 MINUTER	4	5	ETT UTBUD FÖR ALLA	102	
1	SVERIGES RADIOS ROLL	6	5.1 Det breda uppdraget	106	
1.1	Vd och styrelseordförande har ordet	10	5.2 Folkbildning	112	
1.2	Årets redovisning	12	5.3 Programkategorier	114	
1.3	Sveriges Radio i ett föränderligt medielandskap	16	5.4 Sveriges Radio ska spegla hela Sverige	118	
1.4	Sveriges Radios mål och strategier	22	5.5 55-procentsmålet	126	
2	VÄRDET AV SVERIGES RADIO	24	6	SÄRSKILDA UPPDRAG OCH MÅLGRUPPER	128
2.1	Värde för samhället	28	6.1 Nyheter och samhällsbevakning	132	
2.2	Värde för individen	31	6.2 Kultur	142	
2.3	Så används och uppfattas Sveriges Radio	32	6.3 Barn och unga	158	
3	SÅ ARBETAR SVERIGES RADIO	44	6.4 Tillgänglighet	170	
3.1	Uppdrag inom Sveriges Radio	48	6.5 Minoritetsspråk	178	
3.2	Variation i produktionsformer	50	6.6 Möten och dialoger	198	
3.3	Samarbeten med produktionsbolag	54	6.7 Lokalt uppdrag	199	
3.4	Sveriges Radios bidrag till en livskraftig mediemarknad	56	7	SÅ ANVÄND SENGARNNA	206
3.5	Publicistiskt ansvar och granskning av innehåll	64	7.1 Intäkter	210	
3.6	Sveriges Radio finns i hela landet	70	7.2 Kostnader	214	
3.7	Nya tjänster och förhandsprövning	74	7.3 Produktivitet och effektivitet	217	
3.8	Språkvård – ett viktigt ansvar för public service	75	7.4 Sidoverksamhet	227	
3.9	Priser och utmärkelser	76	7.5 Så samarbetar public service-bolagen	230	
3.10	Utveckling av innehåll, teknik och kompetens	78	8	PLANER FÖR FRAMTIDEN	234
3.11	Beredskap och viktig information till allmänheten	82	SNABBGUIDER	240	
3.12	Sändningskvalitet	85			
4	HÄR HITTAR DU SVERIGES RADIO	86			
4.1	Marksänt och annat linjärt utbud	91			
4.2	Digitala plattformar	94			
4.3	Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet	98			

2022 på 2 minuter

Här får du en kortfattad översikt av Sveriges Radios verksamhet under det gångna året.

11 PROCENT

 av den samlade tid svenska rörelsen ägnade åt olika ljudplattformar under 2022 gick till Sveriges Radio Play. Motsvarande andel 2021 var 10 procent.

Läs mer i 1.3 Sveriges Radio i en förändring medievärld.

7,3 MILJONER

 personer över 9 år lyssnade linjärt eller on demand på innehåll från Sveriges Radio en genomsnittlig vecka under 2022. Motsvarande siffra 2021 var 7,4 miljoner.

Läs mer i 1.4 Sveriges Radios mål och strategier.

72 PROCENT

 av svenska rörelsen har mycket eller ganska stort förtroende för innehållet i Sveriges Radio, enligt SOM-undersökningen. Motsvarande andel 2021 var 70 procent.

Läs mer i 2.1 Förtroende och värde för samhället.

24 KORRESPONDENTER

 eller kommentatorer bevakar geografiska eller tematiska områden för Sveriges Radio runt om i världen. Under 2022 utökades antalet med en korrespondent.

Läs mer i 6.1 Nyheter och samhällsbevakning.

100 604 TITLAR

 inom musik sändes under 2022 i någon av de linjära kanalerna eller i on demand-innehåll. Motsvarande andel 2021 var 99 712 unika musiktitlar.

Läs mer i 6.2 Kultur.

5 310 TIMMAR

 innehåll producerades för lyssnare upp till 12 år under 2022. Motsvarande siffra 2021 var 5 308 timmar.

Läs mer i 6.3 Barn och unga.

66 PROCENT

 av svenska rörelsen mellan 16 och 79 år tycker att Sveriges Radio är värt pengarna i public service-avgiften. Motsvarande andel 2021 var exakt densamma.

Läs mer i 2.2 Värde för individen.

477,3 MILJONER

 kronor lade Sveriges Radio på utomståndes medverkan, bland annat i form av inköpta produktioner och musikrättigheter. Motsvarande summa 2021 var 467,7 miljoner.

Läs mer i 3.2 Variation i produktionsformer.

84 780 GÅNGER

 citerades och omnämndes Sveriges Radio i andra medier under 2022, enligt Retriever. Motsvarande siffra 2021 var 91 266.

Läs mer i 3.4 Sveriges Radios bidrag till en livskraftig mediemarknad.

82 PROCENT

 av veckolyssnarna ansar att Sveriges Radios program har en bra hörbarhet. Motsvarande andel 2021 var 79 procent.

Läs mer i 6.4 Tillgänglighet.

10 524 TIMMAR

 innehåll på nationella minoritetsspråk sände Sveriges Radio i marknätet under 2022. Motsvarande antal 2021 var 10 476 timmar.

Läs mer i 6.5 Minoritetsspråk.

52 ORTER

 i 50 kommuner hade en fast redaktion med medarbetare från Sveriges Radio under 2022. Under 2022 utökades antalet med en ort och en kommun.

Läs mer i 6.7 Lokalt uppdrag.

10 INSLAG

 i Sveriges Radio fälldes under 2022 – 8 av granskningarna och 2 av MO-MEN. Motsvarande antal 2021 var 5 respektive 1.

Läs mer i 3.5 Publicistiskt ansvar och granskning av innehåll.

36 VIKTIGA MEDDELANDEN

 till allmänheten (VMA) sändes ut under 2022. Motsvarande antal 2021 var 42.

Läs mer i 3.11 Beredskap och viktig information till allmänheten.

120 584 TIMMAR

 sände Sveriges Radio i marknätet under 2022. Motsvarande summa 2021 var 121 091 timmar.

Läs mer i 4.1 Marksänt och annat linjärt utbud.

3 181 MILJONER

 kronor blev Sveriges Radios totala intäkter under 2022. Cirka 98,5 procent utgjordes av medel från public service-avgiften. Motsvarande summa 2021 var 3 057 miljoner.

Läs mer i 7.1 Intäkter.

85 PROCENT

 av kostnaderna för olika programkategorier går till nyheter, samhälle, kultur, musik och service som exempelvis trafikinformation. Motsvarande andel 2021 var exakt densamma.

Läs mer i 7.2 Kostnader.

80,2 PROCENT

 av Sveriges Radios totala kostnader gick till programproduktion under 2022. Motsvarande andel 2021 var 78,7 procent.

Läs mer i 7.3 Effektivitet och produktivitet.

1. Sveriges Radios roll

I en orolig värld och tid ska public service
stå för stabilitet och trovärdighet.

- 1.1 Vd och styrelseordförande har ordet
- 1.2 Årets redovisning
- 1.3 Sveriges Radio i ett föränderligt
medielandskap
- 1.4 Sveriges Radios mål och strategier



Sveriges Radios korrespondenter Lubna El-Shanti och Johan Mathias Sommarström på plats i krigets Ukraina. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

Varsågod – en hel bok om hur Sveriges Radio lever upp till sitt uppdrag!

• 19 / MEDELSVILLKOR

» SR ska årligen följa upp och redovisa hur uppdraget i allmänhetens tjänst har fullgjorts enligt villkor i sändningstillstånd, medelsvillkor och andra beslut av regeringen som meddelats med stöd av radio- och tv-lagen. «

» SR ska redovisa samtliga verksamhets- och programområden och hur det säkerställts att all verksamhet uppfyller de krav som ställs på företaget i sändningstillstånd och medelsvillkor. «

Välkommen till Sveriges Radios public service-redovisning för 2022! Den är över 240 sidor tjock men ändå bara en kortfattad sammanfattning av den verksamhet den beskriver. Under året sände och publicerade Sveriges Radio 139 604 timmar innehåll i linjära kanaler och on demand. Det innebär mer än 380 timmar per dygn fördelade på över 40 kanaler och mer än tio språk.

Public service-redovisningen lämnas en gång per år till granskningsnämnden vid Myndigheten för press, radio och tv och redovisar hur Sveriges Radio arbetar för att leva upp till de krav som ställs i sändningstillstånd och medelsvillkor. Företagets ambition är också att public service-redovisningens uppplägg, tilltal och utformning ska underlätta för alla som är intresserade av hur Sveriges Radio bedriver sin verksamhet att ta del av informationen.

Detta första kapitel handlar om Sveriges Radios roll i samhället. Här beskrivs det omgivande medielandskapet och vilka mål och strategier företaget arbetar med.

I kapitlet finns också en guide till hela årets redovisning samt några viktiga ord och begrepp som ofta förekommer i texten.



Johar Bendjelloul och Sara Stenholm ledde Sveriges Radios valvaka under söndagskvällen den 11 september 2022. Foto: Mattias Ahlm

1.1 Vd och styrelseordförande har ordet

Världen 2022 var en orolig plats i en orolig tid. Pandemin följdes av Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina som kom att dominera nyhetsflödet under stora delar av året.

2022 var också ett år där bevakningen av valen till riksdag, regioner och kommuner gavs ett stort utrymme och en hög prioritet.

Utmanningarna vid ingången till 2023 är många och genomgripande. Det gäller det förändrade säkerhetspolitiska landskapet men också inom ekonomi-, energi- och klimatområdet ställs världen inför nya och mer komplexa problem än på mycket länge. I en orolig tid med flera samverkande kriser är Sveriges Radios uppdrag kanske viktigare än någonsin.

I denna public service-redovisning kan du läsa om hur företaget arbetar för att leva upp till såväl publikens förväntningar som kraven i sändnings-tillstånd och medelsvillkor. Redovisningen handlar till största delen om det stora utbud lyssnarna kan ta del av. Under 2022 sände och publicerade Sveriges Radio totalt nära 140 000 timmar innehåll på över tio språk i form av nyheter och samhälls-bevakning, kultur och musik, utbud för barn och unga, service samt lokalt utbud och inom breda genrer som sport, livsstil och underhållning. I redovisningen beskrivs också delar av det arbete som sker i bakgrunden som gör sändningar och publiceringar möjliga i form av ständig utveckling, arbetsmetoder, och säkerhet. Redovisningen tydliggör även hur Sveriges Radio kontinuerligt arbetar med effektivitet och produktivitet i enlighet med medelsvillkoren för att frigöra medel och finansiera nya satsningar och möta publikens behov och förväntningar.

Svenska folket fortsätter att vända sig till Sveriges Radio. Allmänhetens förtroende ligger kvar på höga nivåer. Under en genomsnittlig vecka valde nära 8 av 10 svenskar från 9 år och uppåt att lyssna på Sveriges Radio linjärt och/eller

Sveriges Radios mål är att vara ett lika självklart val för publiken digitalt som företaget historiskt varit analogt, och Sveriges Radio Play ska vara det givna valet för den som vill ta del av allt innehåll från företaget.

on demand. Trots allt fler ljudaktörer på den svenska marknaden, som numera är alltmer global och digital, fortsätter det totala antalet lyssnare på Sveriges Radio att vara stabilt. Konkurrensen om publikens tid kommer att fortsätta öka 2023, främst från globala tech-jättar. Samtidigt är konkurrensen viktig, den sporrar oss till att bli ännu bättre och till att fortsätta utveckla vårt arbete med innovation när det gäller innehåll, teknik och de sätt vi arbetar på.

Trots de utmaningar som råder står Sveriges Radio starkt även om de ekonomiska utmaningarna kommer att öka under de kommande åren till följd av stora fastighetsinvesteringar, stigande säkerhetskostnader samt ett behov av att utveckla ett nytt radioproduktionssystem.

Sveriges Radio är det medieföretag i landet som aldrig får tystna. Rollen inom den civila delen av totalförsvaret är unik. Ett brett uppdrag och en stark finansiering är avgörande för att Sveriges Radio vid fredstida kriser och eventuell höjd beredskap ska kunna nå ut till så många medborgare som möjligt med viktiga meddelanden och efterföljande information – ett uppdrag som blivit allt viktigare i den oroliga tid som nu råder.

Sveriges Radios ambition är att vara en ledande aktör på den svenska marknaden när det gäller formatutveckling on-demand, till exempel

av poddar och digitala ljudande nyheter. Sveriges Radios mål är att vara ett lika självklart val för publiken digitalt som företaget historiskt varit analogt, och Sveriges Radio Play ska vara det givna valet för den som vill ta del av allt innehåll från företaget.

Basen i Sveriges Radios utbud är i hög grad det lyssnarnära: Vi är regelbundet på plats i alla Sveriges 290 kommuner och vårt lokala innehåll, där vi sänder 240 timmar lokal radio varje vardag med nyheter, debatter, kultur, service, sport och underhållande inslag, skiljer sig markant från andra lokala medier. Sveriges Radio har en tydlig

vision och fyra strategiska mål som vägleder företaget under den här tillståndsperioden och som regelbundet följs upp via olika indikatorer.

I en orolig, komplex värld är det en självklar journalistisk uppgift att knyta ihop det globala, genom Nordens största korrespondentnät, med det nationella och lokala. Men utbudet ska också ge utrymme för såväl allvar och skratt som unika berättelser och breda program att samlas kring. Sveriges Radio är landets största kulturstiftelse där drygt hälften av innehållet består av musik.

Sveriges Radio är till för alla i vårt land – kanske är det särskilt viktigt i tider som dessa.



Cilla Benkö, vd



Lennart Käll, styrelseordförande

1.2 Årets redovisning

• 21 / MEDELSVILLKOR

» SR, SVT och UR ska i samverkan fortsatt utveckla sin redovisning med inriktning på att så långt som möjligt åstadkomma en gemensam redovisningsform som kan tillämpas i den årliga redovisningen. I arbetet ska ingå att definiera och operationalisera centrala begrepp i tillstånds- och medelsvillkoren, ta fram konkreta uppföljningsbara resultatläggningar baserade på dessa och att utveckla arbetet med att mäta och redovisa olika indikatorer på kvaliteten och särarten i programutbudet. Resultatläggningen bör utformas så att de ger väsentlig information om uppdraget och förmedlar viktiga erfarenheter av verksamheten. Programföretagen ska på olika sätt stimulera en fortlöpande offentlig diskussion om verksamheten. «

Sveriges Radio, SVT och UR lämnar varje år in var sin public service-redovisning till granskningssnämnden vid Myndigheten för press, radio och tv. Samtliga krav som ställs i SR:s sändningstillstånd och medelsvillkor besvaras i denna redovisning.

Så arbetar bolagen för att utveckla redovisningarna

Sveriges Radio har tillsammans med SVT och UR fortsatt det gemensamma arbetet med att förtydliga redovisningarna av hur bolagen lever upp till sändningstillstånd och medelsvillkor. Bolagen strävar efter att innehållet i redovisningarna ska vara likartat, renodlat och lättlämpligt, och det innebär följande:

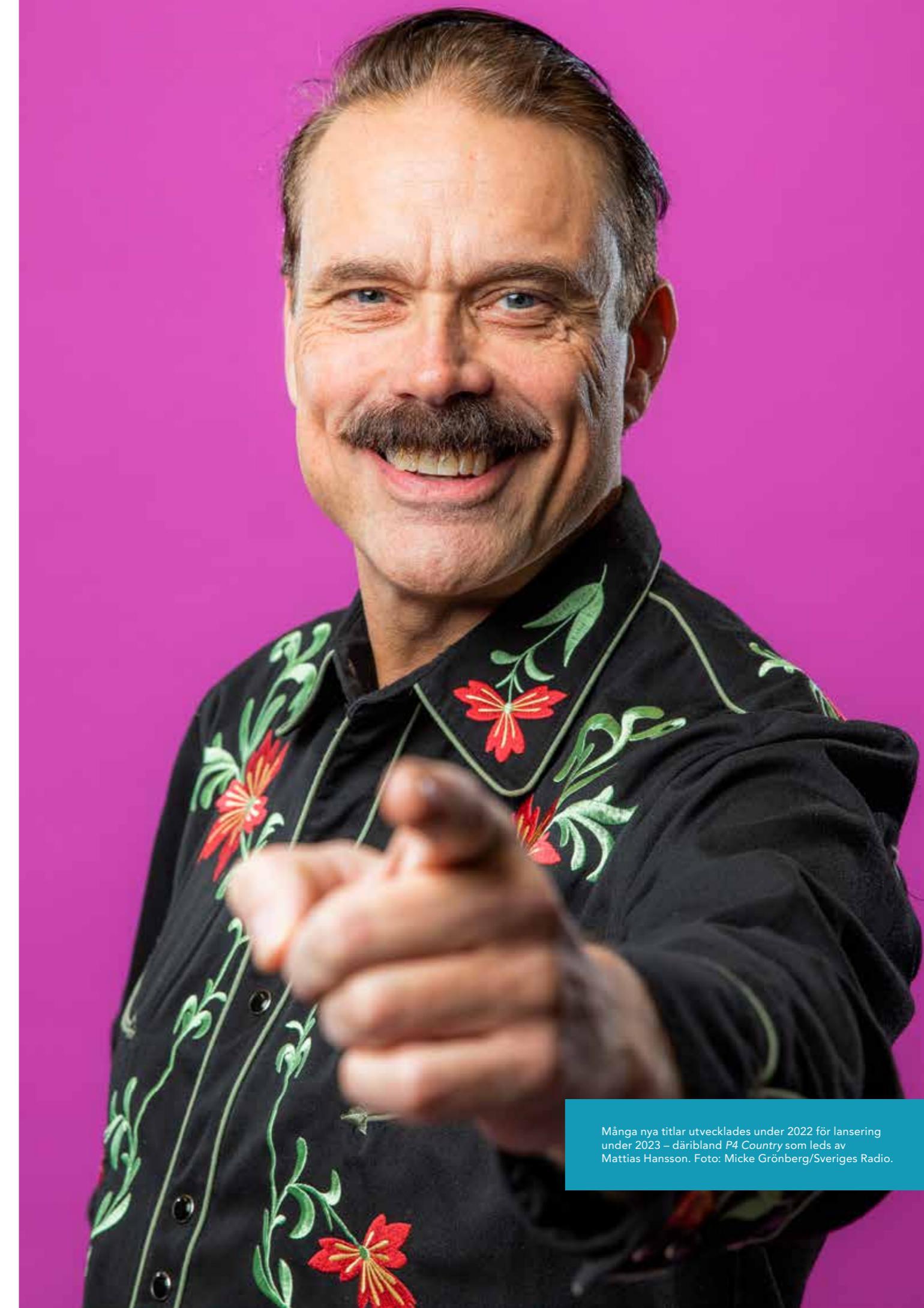
- **Likartat** – fler kapitelrubriker och underrubriker är formulerade på samma sätt i de respektive redovisningarna 2022 jämfört med tidigare år.
- **Renodlat** – delarna i kapitlen är uppbyggda som svar på de olika punkterna i medelsvillkoren och paragraferna i sändningstillståndet. Villkoren citeras konsekvent i anslutning till text som redovisar hur villkoren har uppfyllts.

- **Lättlämpligt** – framställningen är inriktad på att vara så enhetlig och koncis som möjligt, inte minst för att mer lättlämplig fakta kan bidra till att underlätta och stimulera offentlig diskussion om verksamheten. Redan i public service-redovisningen 2021 hade Sveriges Radio minskat antalet kapitel. I detta års redovisning har företaget bland annat minskat mängden bilagor och komprimerat texter på ett sådant sätt att Sveriges Radio bedömer att det ändå är möjligt att redovisa de uppgifter granskningssnämnden efterfrågar.

Kommentarer till några av nämndens bedömningar för 2021

I juni 2022 meddelade granskningssnämnden sitt beslut för de tre bolagens public service-redovisningar för 2021.¹ Bolagen uppskattar de motiveringar som granskningssnämnden lämnade och tycker också att det är värdefullt att nämnden gav en lättöverskådlig översikt av graden av uppfyllnad för samtliga krav på bolagen. Bolagen har förståelse för att nämnden har skiftande fokus i sin granskning varje år, men utgår samtidigt från att nämndens bedömning av bolagens uppfylllse av villkor är konsekvent över tid. En ordning där bedömningar baserade på likartad och godkänd redovisning över tid ändras skulle skapa orimliga planeringsförutsättningar för bolagen.

Granskningssnämnden uttryckte i beslutet att det vore värdefullt att samtliga tre bolag redovisar resurser fördelade på män och kvinnor i olika produktionsformer. Bolagen har förståelse för syftet med önskemålet men bedömer att det skulle vara förknippat med stora metodmässiga utmaningar att försöka följa och redovisa resursförbrukning på ett sätt som möjliggör relevanta slutsatser. Det skulle dessutom medföra ett omfattande administrativt arbete, inte minst eftersom stora delar av företagens produktion sker i samarbete med externa aktörer. Bolagen strävar därför efter att förtydliga redovisningen av arbetet för jämställdhet på annat sätt. →



Många nya titlar utvecklades under 2022 för lansering under 2023 – däribland P4 Country som leds av Mattias Hansson. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

Bolagen har också förståelse för nämndens önskemål om ”enklare, mer koncentrerade, konkreta och lättillgängliga redovisningar”, vilket bolagen också strävar efter att åstadkomma. Det är samtidigt viktigt att påminna om att nämnden återkommande önskar att bolagen på flera ställen ska utveckla resonemang och sakuppgifter. Bolagen arbetar löpande med att förtärliga och förenkla redovisningarna utifrån givna förutsättningar. Samtidigt har bolagen olika uppdrag och arbetssätt varför det är naturligt att en del skillnader kvarstår.

Användning av begrepp och mått

I beslutet för 2021 skrev granskningarna bland annat att bolagen bör ”gemensamt definiera centrala begrepp i villkoren och ta fram enkla och konkreta resultatmått och indikatorer som redovisar hur villkoren uppfyllts”. Bolagen strävar också efter detta i möjligaste mån – som tidigare beskrivits har de tre public service-redovisningarna en så likartad struktur som möjligt, och alla tre bolagen använder i många fall samma viktiga ord och begrepp i rubriker och resonemang.

Här finns också en avvägning mellan behovet av enhetlighet på en övergripande nivå och behovet av publicistisk frihet i verksamheternas olika delar. Bolagen har olika uppdrag, men även enskilda redaktioner behöver ha utrymme att göra tolkningar av public service-uppdraget och dess centrala begrepp för att kunna anpassa innehållet utifrån olika målgruppars krav och behov. I bland annat 3.1 *Uppdrag inom Sveriges Radio* beskrivs hur detta arbete bedrivs.

På ett par ställen i denna redovisning finns även andra principiella diskussioner kring användning och tolkningar av nyckeltal, resultatmått och indikatorer. Public service-uppdraget är komplex och kräver en lång rad avvägningar av ekonomisk, etisk, publicistisk och konstnärlig art – och vissa typer av värden är svåra att mäta i siffror. I syfte att uppfylla ett enskilt krav är det också av yttersta vikt att företaget inte inför mått och

metoder som indirekt riskerar att skapa incitament som står i strid med andra villkor och krav. Den här typen av principiella diskussioner förs bland annat i 5.4 *Sveriges Radio ska spegla hela Sverige samt 7.3 Produktivitet och effektivitet*.

Här nedanför finns från och med detta år en kortare ordlista med begrepp som används återkommande genom public service-redovisningen. Detta för att underlätta läsningen av redovisningen även för den som inte är helt bekant med termer i medie- och ljudbranschen. Sist i denna redovisning finns en översikt med rubriken *Snabbguider*.

Ordlista – 10 begrepp som ofta används i redovisningen

- DAB, DAB+** – digital radio via marknätet
- FM** – analog radio via marknätet
- förstasändning** – originalmaterial som sänds för första gången
- indikator** – mått och nyckeltal som används för att mäta om företaget når sina strategiska mål
- linjärt utbud** – radiokanaler i marknät eller via internet
- marksänt utbud** – radiokanaler i marknätet
- on demand** – digitalt ljudinnehåll som poddar och nyhetsklipp som användaren kan välja att lyssna på när som helst
- plattform** – samlingsbegrepp för digitala publiceringsytor, både Sveriges Radio egena och externa
- rösttjänst, röstassistent** – programvara som användaren styr med sin röst för att exempelvis spela upp innehåll
- Sveriges Radios öppna API** – teknisk lösning där externa aktörer kan hämta innehåll från Sveriges Radio

Sveriges Radios public service-redovisning 2022 i korthet

Här följer en kortfattad översikt av innehållet i de olika kapitlen i årets redovisning.

Kap 1. Sveriges Radios roll

- analys av den snabbt föränderliga mediemarknaden
- företagets vision, strategiska mål och värdegrund och hur dessa ledord används i verksamheten.

Kap 2. Värdet av Sveriges Radio

- allmänhetens förtroende för företaget
- uppfattningar om Sveriges Radios värde för såväl samhället som den enskilde medborgaren
- analyser av publikens lyssningsmönster och uppfattningar om innehållet.

Kap 3. Så arbetar Sveriges Radio

- hur företaget är organiserat för att leva upp till de kvalitetskrav som ställs i sändningstillstånd och medelsvillkor
- företagets relation och samarbeten med kommersiella nyhetsmedier, produktionsbolag och andra aktörer inom mediebranschen
- granskningar av innehållet och arbetet med publicistisk kvalitet och etik
- beredskapsuppdrag och viktigt meddelande till allmänheten.

Kap 4. Här finns Sveriges Radio

- hur företaget genomför sändningar i marknätet
- vilka digitala plattformar som erbjuder utbudet
- hur företaget definierar kärnverksamhet respektive kompletterande verksamhet.

Kap 5. Ett utbud för alla

- bredden av olika programtyper och ambitionen att göra Sveriges Radios innehåll angeläget för alla i vårt land
- bredden av perspektiv, kunskaper och erfarenheter som hörs i utbudet.

Kap 6. Särskilda uppdrag och målgrupper

- fördjupad redovisning av hur Sveriges Radio arbetar med de särskilda uppdragen nyheter, kultur, innehåll för barn och unga, sändningar på minoritetsspråk, tillgänglighet och lokalt uppdrag.

Kap 7. Så används pengarna

- hur Sveriges Radio använder de ekonomiska medel som ställs till företagets förfogande
- nyckeltal och åtgärder för att svara på kraven på produktivitet och kostnads-effektivitet
- samarbeten mellan public service-bolagen.

Kap 8. Planer för framtiden

- översikt av Sveriges Radios prioriteringar för de närmaste åren. ■

¹ Granskningarna vid Myndigheten för press, radio och tv, 17 juni 2022. Dnr: 22/00848, 851 och 862.

1.3 Sveriges Radio i ett föränderligt medielandskap

Sveriges Radio är till för alla i vårt land. Public service har en viktig roll i den svenska demokratin och på mediemarknaden nationellt, regionalt och lokalt.

Den tid är dock sedan länge förbi då public service-bolagens verksamhet bara kunde förstås eller analyseras ur ett nationellt perspektiv. Under 2000-talet har de globala, nationella och lokala mediemarknaderna stöpts om i grunden. Digitaliseringen är en drivande faktor som samspelear med politisk, ekonomisk och kulturell utveckling.

Mediemarknadens utveckling och tillväxt hänger samman med gamla och nya aktörers förmåga att erbjuda väl utvecklade tjänster och innehåll av hög kvalitet. Men faktorer som exempelvis demokratiska friheter samt medborgarnas utbildningsnivå och förtroende för olika samhälls-institutioner har också avgörande betydelse.

Även om digitaliseringen i grunden förändrat mediemarknaden kvarstår en hel del historiska mönster. Sverige och de andra nordiska länderna präglas av en internationellt sett närmast unik grad av mediefrihet. Samtidigt fortsätter publikens användning av, och förtroende för, nyhetsmedier i de nordiska länderna att ligga på de högsta nivåerna i världen. I antologin *Public service – en svensk kunskapsöversikt*, som gavs ut av Nordicom vid Göteborgs universitet sommaren 2022, konstateras bland annat att ”Samtidigt som de nordiska public service-bolagen har varit bättre än sina europeiska motsvarigheter på att nå ut med nyheter på nätet har de nordiska tidningsföretagen varit bättre än de europeiska på att nå betalande användare på nätet”¹.

I en internationell jämförelse präglas Sverige alltså av en utsträckt mediefrihet, stor innovationskraft och en modern publik som är nyfiken på nya tjänster och nytt innehåll – inte minst ljudformat som poddar, strömmad musik och ljudböcker. Men landets och språkområdets blygsamma storlek gör att de traditionella massmedieföretagen i Sverige är mycket små aktörer på den globala mediemarknad där gigantiska techföretag i främst USA och Kina anger tonen.

Den försämrade ekonomiska utvecklingen under 2022 riskerar också att ytterligare försvaga svenska medieaktörers konkurrenskraft.

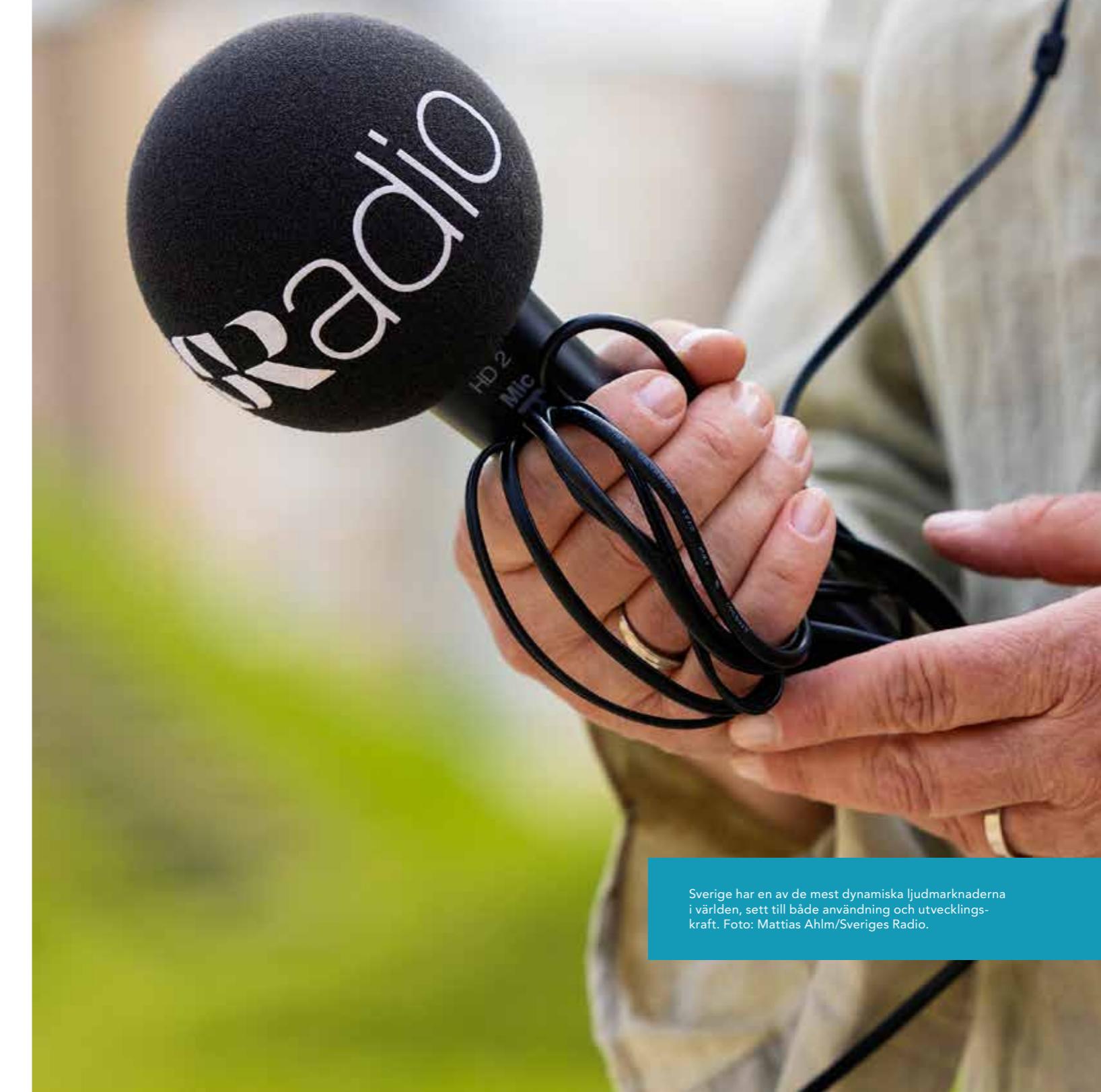
Den verklighet och de utvecklingslinjer som beskrivs översiktligt i denna kapiteldel ligger till grund för Sveriges Radios vägval som aktör på mediemarknaden. Företaget arbetar också kontinuerligt med omvärldsanalyser inför såväl stora som små beslut kring utbud och tjänster. I mer direkt mening ligger analyser av konkurrensförutsättningar, samarbetsbehov och mediemångfald också till grund för de aktiviteter som beskrivs i 3.4 *Sveriges Radios bidrag till en livskraftig mediemarknad*.

Den svenska mediemarknaden ligger långt fram

Sverige är ett av de länder i världen där störst andel av befolkningen lyssnar på poddar, och användningen av strömningstjänster och ljudböcker är mycket hög.² Under 2000-talet har Sverige också visat sig vara en mycket gynnsam miljö för innovationer och affärer när det gäller tjänster och innehåll inom ljud. Några exempel:

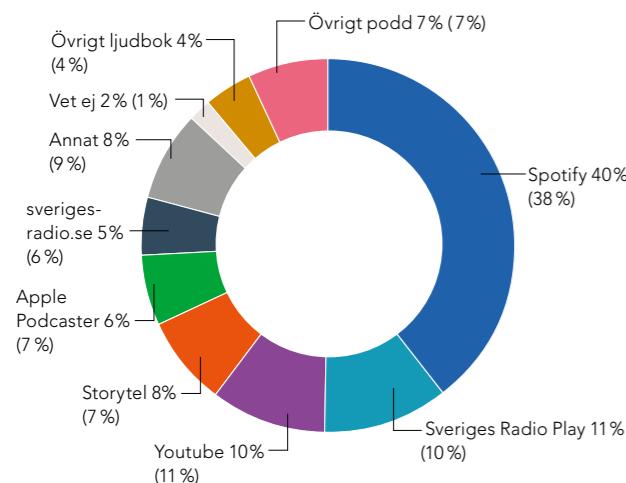
- Spotify har med Sverige som bas blivit en global dominant inom strömmad musik och poddar med 489 miljoner användare i månaden fjärde kvartalet 2022 vilket var en ökning med cirka 20 procent jämfört med motsvarande kvartal 2021. Samma kvartal omsatte bolaget motsvarande nära 36 miljarder kronor.³
- Poddplattformen Acast nådde under helåret 2022 5,1 miljarder lyssningar för de poddar som ingår i företagets nätverk internationellt, en ökning med 38 procent jämfört med 2021.⁴ Av de plattformar som ingår i svenska *Poddindex* var Acast den plattform som ökade procentuellt mest i användning under 2022.⁵ →

II I en internationell jämförelse präglas Sverige alltså av en utsträckt mediefrihet, stor innovationskraft och en modern publik som är nyfiken på nya tjänster och nytt innehåll - inte minst ljudformat som poddar, strömmad musik och ljudböcker.



Sverige har en av de mest dynamiska ljudmarknaderna i världen, sett till både användning och utvecklingskraft. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

1.3.1 Den samlade lyssningstidens fördelning på olika plattformar



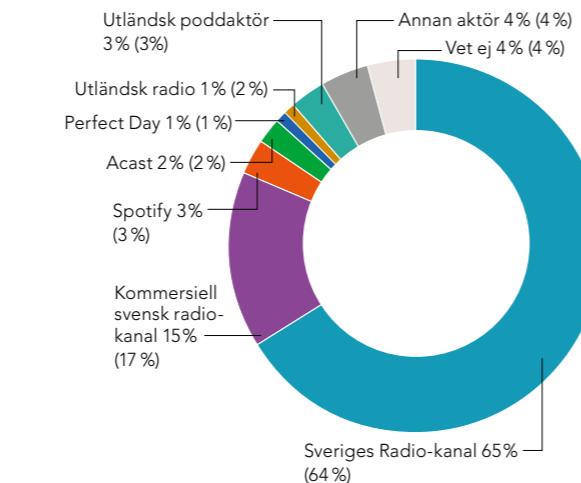
Källa: Lyssningsloggen 2022, Novus för Sveriges Radio. Inom parenteserna står motsvarande resultat för 2021.

- Ljudboksplattformar som Storytel, Nextory och Bookbeat har visat en mycket stark tillväxt i antalet användare under en rad år. Enligt siffror från konsultföretaget Mediavision i september 2022 abonnerade drygt en miljon hushåll i Sverige på en ljudbokstjänst vilket var en markant ökning jämfört med den föregående tolvmaandersperioden.⁶

Det finns sannolikt få länder, om ens något, av Sveriges storlek när det gäller antalet invånare som kan uppvisa samma omfattning av framgångsrika innovationer, nya affärsmöbler och stora kapitalinvesteringar inom ljudområdet. Till detta ska läggas en växande flora av mindre bolag som sysslar med tjänsteutveckling och innehållsproduktion inom ljudområdet. Inom mediekoncerner som Bonnier News och Schibsted har en rad mediehus utvecklat och lanserat poddar under de senaste åren.

Som framgår av grafen 1.3.1 väljer svenska användare i mycket hög utsträckning svenska plattformar när de vill lyssna på poddar, strömmand musik och ljudböcker.⁷ Siffrorna kommer från

1.3.2 Den samlade lyssningstidens fördelning på olika innehållsleverantörer (linjär radio och eftersänd radio/podd)



Britta Svanholm Maniette och Viveca Bladh gör Hemma i P2 som varvar musikaliska mästare med kultursnackis. Podden lanserades i januari 2023. Foto: Meddi.

Dramatiska förändringar under 2022

Samtidigt var 2022 ett år då förutsättningarna förändrades snabbt. Den ekonomiska nedgången, ökad inflation och högre räntor i spåren av kriget i Ukraina ledde till avmattningar på reklammarknaden och minskad investeringsvilja vilket inte minst påverkade den kommersiella ljudmarknaden. Under 2022 och inledningen av 2023 avisrade bland annat Storytel, Acast och Spotify personalminskningar samtidigt som företagen fortsatte växa i antal användare.^{11, 12, 13}

Det försämrade ekonomiska läget med snabbt ökande kostnader och fallande annonsintäkter sätter förnyad press på redan pressade kommersiella nyhetsmedier i Sverige. En mycket stor del av de digitala reklaminvesteringarna på den svenska marknaden går idag till globala techföretag. Reklamköpen i svenska nyhetsjournalistiska medier har mer än halverats sedan 2008 och nedgången tros fortsätta under 2023.¹⁴ Denna utveckling är dessutom ett uttryck för det snabbt växande ekonomiska försprånget mellan de globala digitala jättarna och de mediebolag som agerar på mindre, nationella marknader.

Ekonомiska förutsättningar för public service

De växande skillnaderna mellan globala och nationella aktörer påverkar i högsta grad också public service-bolagen, inte bara i Sverige utan i hela Europa.

Tabellen och kartan 1.3.3 visar kostnaden för public service per capita i 48 av EBU:s medlemsländer. Jämför man samhällets och medborgarnas kostnader för public service mellan olika europeiska länder finns Sverige och de nordiska länderna i den översta tredjedelen. Sverige ligger på tolfte plats i Europa men är det land i Norden där kostnaden för public service per capita är lägst. Skillnaderna mellan de nordiska länderna är dock relativt små. Länder som Storbritannien och Tyskland hamnar däremot betydligt högre medan länder i främst östra Europa ligger väsentligt lägre jämfört med de nordiska länderna.¹⁵

Ett liknande mönster för de nordiska länderna syns också i kostnaden för public service som andel av landets BNP. Här låg Sverige på 19:e plats bland EBU:s medlemsländer 2020.¹⁶ →

2010 utgjorde kostnader för public service i genomsnitt 0,20 procent av BNP i de länder som ingår i EBU:s studie. 2020 hade den genomsnittliga andelen sjunkit till 0,16 procent, vilket också var den nivå Sverige låg på samma år.¹⁷

Varför är detta viktigt? De ekonomiska förutsättningarna är centrala för Sveriges Radio och andra public service-bolag för att kunna utveckla attraktiva utbud och lättanvända tjänster till medborgarna. Konkurrensen är dock hård från de globala aktörerna vars investeringsmöjligheter är på helt andra nivåer – inte minst vad gäller resurser att utveckla tjänster och produkter. Exempelvis lade Apple, som finns på marknaden med plattformar som *Podcaster*, *iTunes* och *Apple TV*, under 2022 motsvarande nära 270 miljarder svenska kronor enbart på forskning och utveckling – en ökning med 40 procent jämfört med 2020.¹⁸ Det kan jämföras med att den samlade omsättningen för samtliga public service-bolag i 26 av 27 EU-länder har legat på cirka 280 miljarder kronor per år under perioden 2016–2020.¹⁹

Att förstå dessa ekonomiska styrkeförhållanden och de snabbt växande skillnaderna i finansiella förutsättningar är nödvändiga för att också kunna förstå spelreglerna på den nutida mediemarknaden. De dominerande teknikjättarna sätter standarder för tjänster och produkter som råder även för medieföretag – oavsett driftsform – på nationell och lokal nivå. Även de mindre företag som agerar på nationella, regionala och lokala marknader måste hela tiden anpassa funktioner och service efter den nivå som publiken förväntar sig. Och den nivån sätts i högsta grad av de stora globala plattformarna.

¹ Norbäck och Ohlsson "Är public service ett hot mot dagspressens digitala affärsmodell?" s. 127 "Public service – en svensk kunskapsöversikt", Nordicom 2022.

² Källor från bland annat Statista Consumer Survey 2022.

³ Spotify Q4 2022 Update, 31 januari 2023.

⁴ investors.acast.com, pressmeddelande 15 februari 2023.

⁵ Siffror från Poddindex 2022.

⁶ Mediavision, pressmeddelande 9 september 2022.

⁷ Lyssningsloggen 2022, Novus på uppdrag av Sveriges Radio.

⁸ "Det svenska poddundret: Längst fram i Europa", Svenska Dagbladet 5 juni 2021.

⁹ Lyssningsloggen 2022, Novus på uppdrag av Sveriges Radio.

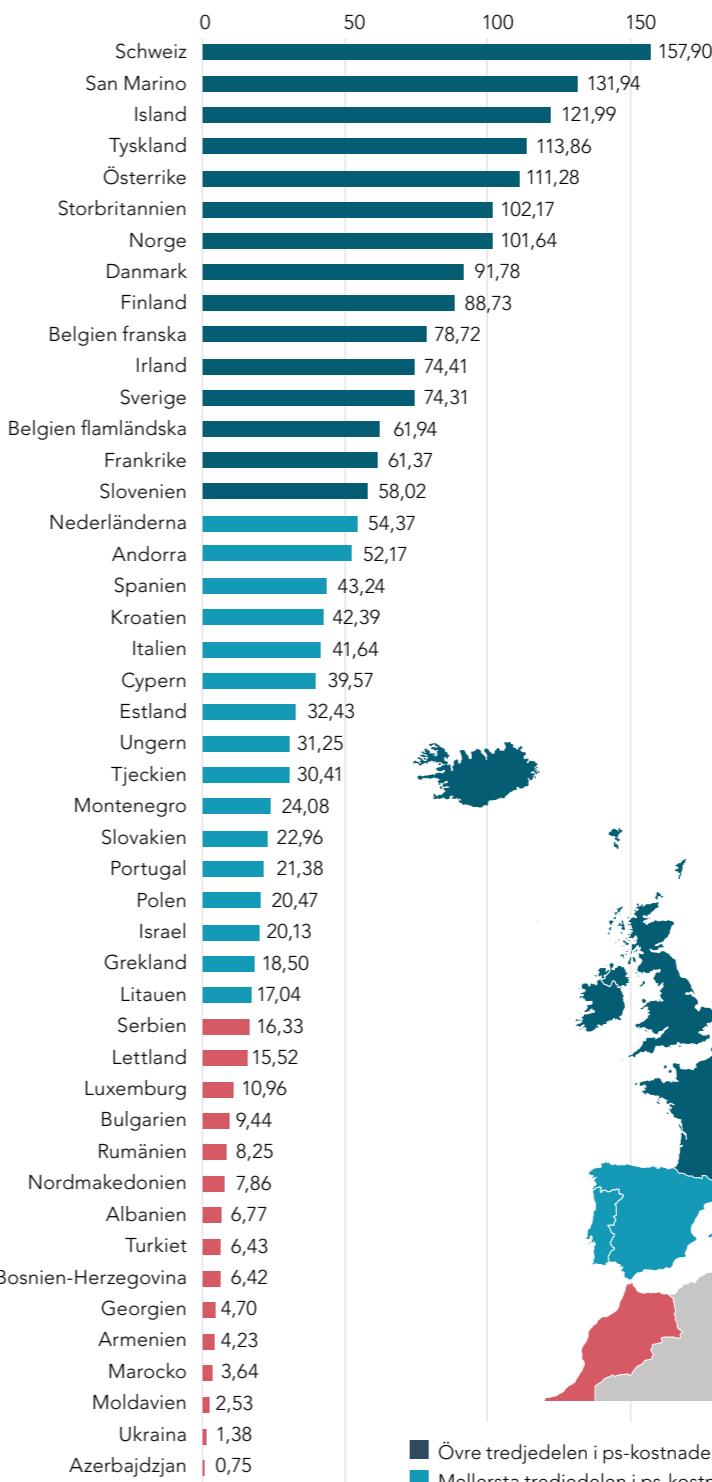
¹⁰ "Mediestudiers årsbok 2022 – tillståndet för journalistiken", s. 48 samt siffror från Digital News Report, Reuters Institute.

Sveriges Radios strategier i konkurrensen

I Sveriges Radios strategiska mål, som är beskrivna i följande del av detta kapitel, finns bland annat målsättningen att bibehålla det höga förtroendet från allmänheten och fortsätta nå en stor publik. Givet den tidigare beskrivna verkligheten på den globala mediemarknaden är det en betydande utmaning att vårdar och stärka sin position som oberoende och opartisk nyhetsförmittare och att nå ut brett till en allt mer heterogen publik vars sätt att använda medier blir allt fler.

De kostnader Sveriges Radio har för att utveckla egna plattformar och digitala tjänster finansieras genom de resurser som tilldelas med utgångspunkt i medelsvillkoren. Det innebär i praktiken att företaget måste frigöra resurser till utveckling genom rationaliseringar utan att för den skull inkräkta på investeringar i programnehåll. I 7.3 *Produktivitet och effektivitet* beskrivs detta arbete översiktligt. Sveriges Radios strategi är att fortsatt ha ljudet i fokus, att koncentrera resurserna till att utveckla ljudinnehållet och de egna plattformarna för att nå den allt mer heterogena publiken. Sveriges Radio har också en mycket stark position inom både linjär radio och på den växande svenska poddmarknaden samt ett högt förtroende hos allmänheten. Företaget arbetar löpande utifrån strategin att *Sveriges Radio Play* ska vara det självlära valet för den som vill få såväl de senaste nyheterna som poddar och kanaler för direktlyssning. ■

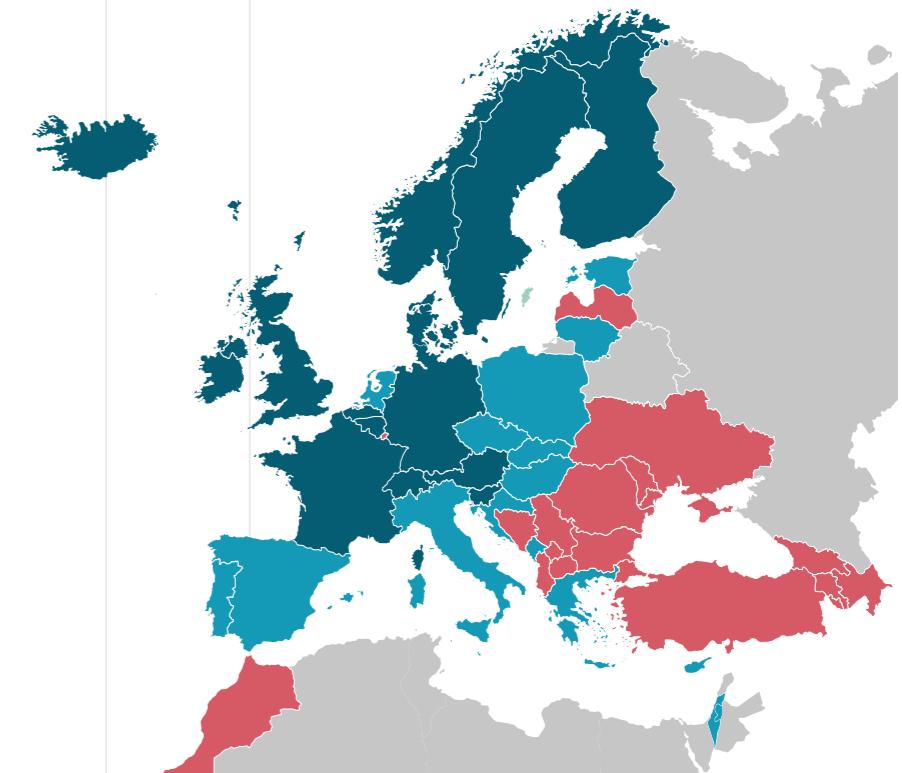
1.3.3 Kostnaden för public service per capita i Europa (beräknat i euro 2020)



Staplarna till vänster visar kostnader för respektive lands public service-verksamheter fördelat per capita. Underlaget kommer från European Broadcasting Union (EBU) och baseras på siffror från Internationella Valutafonden (IMF) och från respektive EBU-medlemsföretag 2020.

Genomsnittliga kostnader i euro:

- EBU-medlemsländer 44,51
- EU-länder (26 av 27 ingår) 47,19
- Icke EU-länder (20) 40,69.



■ Övre tredjedelen i ps-kostnader per capita.
■ Mellersta tredjedelen i ps-kostnader per capita.
■ Lägre tredjedelen i ps-kostnader per capita.
■ Länder som inte ingår i sammanställningen.

1.4 Sveriges Radios mål och strategier

UR SÄNDNINGSTILLSTÅNDET

» I inledningen till Sändningstillståndet för Sveriges Radio AB 2020–2025 står det att "Sveriges Radio AB (SR) har till uppgift att bedriva ljudradioverksamhet i allmänhetens tjänst. Verksamheten ska präglas av oberoende och stark integritet och bedrivas självläntigt i förhållande till både staten som olika ekonomiska, politiska och andra intressen och maktfärer i samhället. Det är särskilt viktigt att SR slår vakt om programområden som är betydelsefulla för allmänintresset." «

Vision, strategiska mål och indikatorer

Sveriges Radios vision *Fler röster och starkare berättelser för en större förståelse* gäller fram till att den nuvarande tillståndsperioden går ut 31 december 2025. Visionen tar avstamp i företagets uppdrag, roll och position i 2020-talets samhälle och medielandskap.

Sveriges Radio arbetar också utifrån fyra strategiska mål:

- 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.

Målen är formulerade ur en tänkt lyssnareperspektiv och togs fram inför tillståndsperioden i ett omfattande internt arbete där flera hundra medarbetare från hela landet deltog. I arbetet ingick också möten med lyssnare på 100 platser runt om i Sverige.

De strategiska målen fungerar som en sammanhållande vägledning för ett företag med en mängd verksamheter av skiftande karaktär med stor bredd i kunskaper och erfarenheter och där

beslutsfattandet är decentraliserat över landet. Samtliga delar av företaget formulerar också sina respektive utvecklingsplaner utifrån de fyra strategiska målen – mer om hur det arbetet går till beskrivs i 3.1 *Uppdrag inom Sveriges Radio*. För att mäta hur Sveriges Radio uppnår de fyra strategiska målen har företaget skapat tio *indikatorer*. Med det menas ett antal mått, eller nyckeltal, som Sveriges Radio samlat ska uppnå över tid. I tabellen 1.4.1 finns mål och indikatorer för 2022 redovisade i sin helhet i tabellform. Ett antal av indikatorerna utgör också företagets nyckeltal för produktivitet och effektivitet som redovisas i kapitel 7.3 *Produktivitet och effektivitet*.

Tabellen 1.4.1 är uppställd så här:

- I kolumnen längst till vänster finns det strategiska målet.
- I andra kolumnen från vänster finns så kallade indikatorer till respektive strategiskt mål. Indikatorerna fungerar som mätstockar för hur företaget når upp till de strategiska målen.
- I tredje kolumnen finns de målsättningar företaget har för respektive indikator under tillståndsperioden 2020–2025.
- I de tre sista kolumnerna finns resultaten för 2020, 2021 och 2022.

Värdegrund och fokus på ljud

Sveriges Radios värdegrund är att företaget ska vara oberoende, trovärdigt, öppet och nyskapande för att över tid förtjäna publikens förtroende. Företaget har ljudet i fokus och koncentrerar sina resurser till att i första hand skapa ljudinnehåll, linjärt och on demand. ■

1.4.1 Sveriges Radios resultat i relation till de strategiska målen

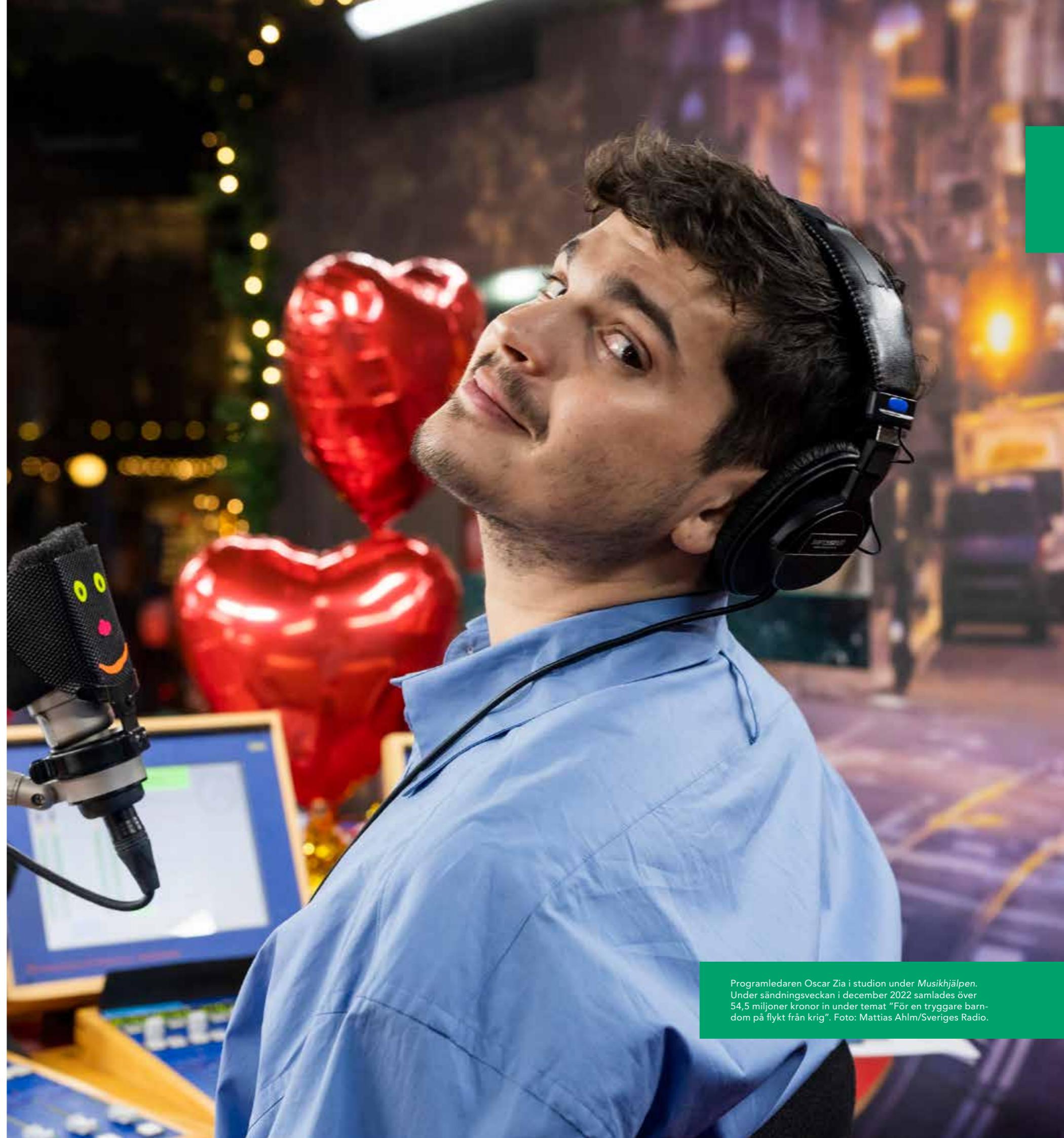
Strategiska mål	Indikator	Målsättning	Resultat 2020	Resultat 2021	Resultat 2022
1) Jag väljer Sveriges Radio.	a) Total räckvidd i antal personer under en vecka. b) Index på personligt värde Bas: veckolyssnare.	a) Ska vara stabilt under tillståndsperioden. b) Ska öka under tillståndsperioden.	7,3 miljoner** 81 %*	7,4 miljoner** 81 %*	7,3 miljoner** 82 %*
2) Jag litar på Sveriges Radio.	a) Förtroendet för innehållet i Sveriges Radio Bas: allmänheten. b) Värde för samhället. Bas: allmänheten.	a) Ska vara stabilt under tillståndsperioden. b) Ska vara stabilt under tillståndsperioden.	72 %*** 75 %*	70 %*** 74 %*	72 %*** 77 %*
3) Jag hör min och din vardag i Sveriges Radio.	a) Andel av Sveriges 290 kommuner som SR gjort inslag ifrån under ett tertial. b) Andel som instämmer i påståendet "Jag hör innehåll om min och andras vardag". Bas: veckolyssnare.	a) Ska vara 100 %. b) Ska öka under tillståndsperioden.	100 % 69 %*	100 % 67 %*	100 % 69 %*
4) Jag möter ett Sveriges Radio som är nyskapande.	a) Andel som instämmer i påståendet "Jag upplever att SR är nyskapande". Bas: veckolyssnare. b) Medarbetarnas syn på SR – andel som upplever att Sveriges Radio är nyskapande. c) Digital räckvidd. d) Lista på de största förändringarna det senaste året inom alla delar av företaget.	a) Ska öka under tillståndsperioden. b) Ska öka under tillståndsperioden. c) Ska öka under tillståndsperioden. d) Redovisas från och med 2021.	38 %* 48 %*** 3,2 miljoner**	39 %* 47 %*** 3,3 miljoner**	40 %* 47 %*** 3,4 miljoner*

2. Värdet av Sveriges Radio

Allt fler väljer att lyssna på Sveriges Radio on demand samtidigt som utbudet i linjär radio alltjämt når många. Allmänhetens förtroende för innehållet är också stabilt.

- 2.1 Värde för samhället**
- 2.2 Värde för individen**
- 2.3 Så används och uppfattas**

Sveriges Radio



Programledaren Oscar Zia i studion under *Musikhjälpen*. Under sändningsveckan i december 2022 samlades över 54,5 miljoner kronor in under temat "För en tryggare barn-dom på flykt från krig". Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Nästan 8 av 10 svenskar lyssnar på Sveriges Radio under en vecka – och lyssningsvanor och förtroende hänger ihop

• 20 / MEDELSVILLKOR

» Redovisningen ska även avse omfattningen av lyssnande och publikens reaktioner. «

Ju mer en person lyssnar på Sveriges Radio, desto större sannolikhet att personen också litar på innehållet. På så sätt bidrar en hög räckvidd till ett högt förtroende.

Under 2022 lyssnade cirka 7,3 miljoner personer på Sveriges Radio under en genomsnittlig vecka. Det motsvarade 78,2 procent av befolkningen från 9 år och uppåt. Den andel av allmänheten som har mycket eller ganska stort förtroende för innehållet ligger på stabila nivåer liksom uppfattningen att företaget har ett mycket eller ganska stort värde för samhället.

I detta kapitel beskrivs hur allmänhetens attityder till Sveriges Radio ser ut och hur vanorna att lyssna förändrats över tid. Resultaten är en viktig del i att förstå Sveriges Radios värde för samhället och hur allmänheten tar emot och använder utbudet. Kunskaperna används också löpande i det interna arbetet med att utvärdera och utveckla verksamheten.



David Druid och Katherine Zimmerman inför publik med sin podd "Druid & Zimmerman show" på evenemanget Poddfest som är ett årligt samarbete mellan Sveriges Radio, Spotify, Podplay, Acast och Fotografiska i Stockholm. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

2.1 Värde för samhället

76 procent av svenskarna mellan 16 och 79 år ansåg 2022 att Sveriges Radio har ett mycket eller ganska stort värde för samhället i stort. Detta enligt den så kallade rullande attitydundersökning som Novus Group gör på uppdrag av Sveriges Radio 52 veckor om året. Siffran är två procentenheter högre än 2021. Andelen som ansåg att Sveriges Radio har ett mycket eller ganska litet värde för samhället sjönk till 10 procent jämfört med 11 procent året innan. Siffrorna gäller hela allmänheten vilket innebär att de omfattar både personer som lyssnar och som inte lyssnar på Sveriges Radio.

Graden av uppskattning varierar till viss del mellan olika grupper. En högre andel av kvinnorna, 80 procent, jämfört med 72 procent av männen ansåg att Sveriges Radio har ett stort värde för samhället. Även åldern på dem som svarat har stor betydelse för inställningen. 84 procent i gruppen över 64 år ansåg att Sveriges Radio har ett stort värde för samhället mot 70 procent av 18–29-åringarna.

Uppfattningen om samhällsvärdet hänger starkt ihop med lyssningsvanor. I kategorin "dagliga lyssnare" ansåg 88 procent att Sveriges Radio har ett mycket eller ganska stort värde för samhället i stort.

Ändringar i mätmetod

Från 2022 har Sveriges Radio valt att ändra mätmetod för frågor om det upplevda värdet för samhället. Liksom tidigare är datainsamlingen gjord på ett representativt urval av Novus Sverigepanel. Panelen är representativ för landet som helhet 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.

Tidigare har attitydundersökningen endast genomförts under två veckor där sammanlagt 5 000 personer har deltagit. Sedan 2020 har Novus dock på uppdrag av Sveriges Radio gjort en så kallad rullande attitydundersökning som genomförs 52 veckor om året med 18 000 deltagare. Detta underlag är större och ger en mer

rättvisande bild av allmänhetens attityder över hela året. Där så är möjligt redovisas därför statistik från denna undersökning i stället. För att jämförbarheten över tid ska bli korrekt anges även i flera fall uppgifter från 2020 och 2021.

I de frågor som redovisas i de två andra delarna av detta kapitel är dock resultaten fortsatt hämtade från den årliga undersökning som genomfördes under hösten 2022. Orsaken är att denna undersökning har utrymme för fler frågor som ger möjlighet till mer detaljerade analyser.

Förtroendet är stabilt över tid

72 procent av Sveriges befolkning har mycket eller ganska stort förtroende för innehållet i Sveriges Radio. Detta enligt den årliga nationella SOM-undersökningen som bygger på data insamlande under hösten 2021 och som presenterades våren 2022. 7 procent uppgav att de hade mycket eller ganska litet förtroende för innehållet.

Sveriges Radio använder resultaten från den årliga nationella SOM-undersökningen för att följa upp målet "Jag litar på Sveriges Radio" som du kan läsa mer om i *14 Sveriges Radios mål och strategier*. SOM-undersökningen har en lång insamlingstid under året och ett stort antal svarande vilket minskar risken för tillfälliga fluktuationer. Undersökningen har också mätt förtroendet för myndigheter, organisationer, företag och institutioner varje år sedan 1986. Det gör det möjligt att jämföra resultat åtskilliga år tillbaka i tiden och att göra djupgående analyser av hur synen på medier och public service utvecklats

Förtroendet för Sveriges Radio har legat stabilt under lång tid. Resultatet för 2022 var en ökning inom den statistiska felsmarginalen med två procentenheter jämfört med föregående år.

Försommaren 2022 gav medieforskningscentret Nordicom vid Göteborgs universitet ut boken *Public service: En svensk kunskapsöversikt*, som bland annat fördjupar och analyserar den svenska allmänhetens förtroende för Sveriges Radio och SVT. Här konstateras att "Runt tre av fyra svenskar uppgav alltså att de hade stort förtroende för

public service-medierna – bland svenska samhällsinstitutioner är det bara sjukvården och polisen som når upp till liknande nivåer." Boken slår också fast att "Tillsammans kan SVT och SR därför beskrivas som en tätgrupp när det gäller svenska medieförtroende."¹

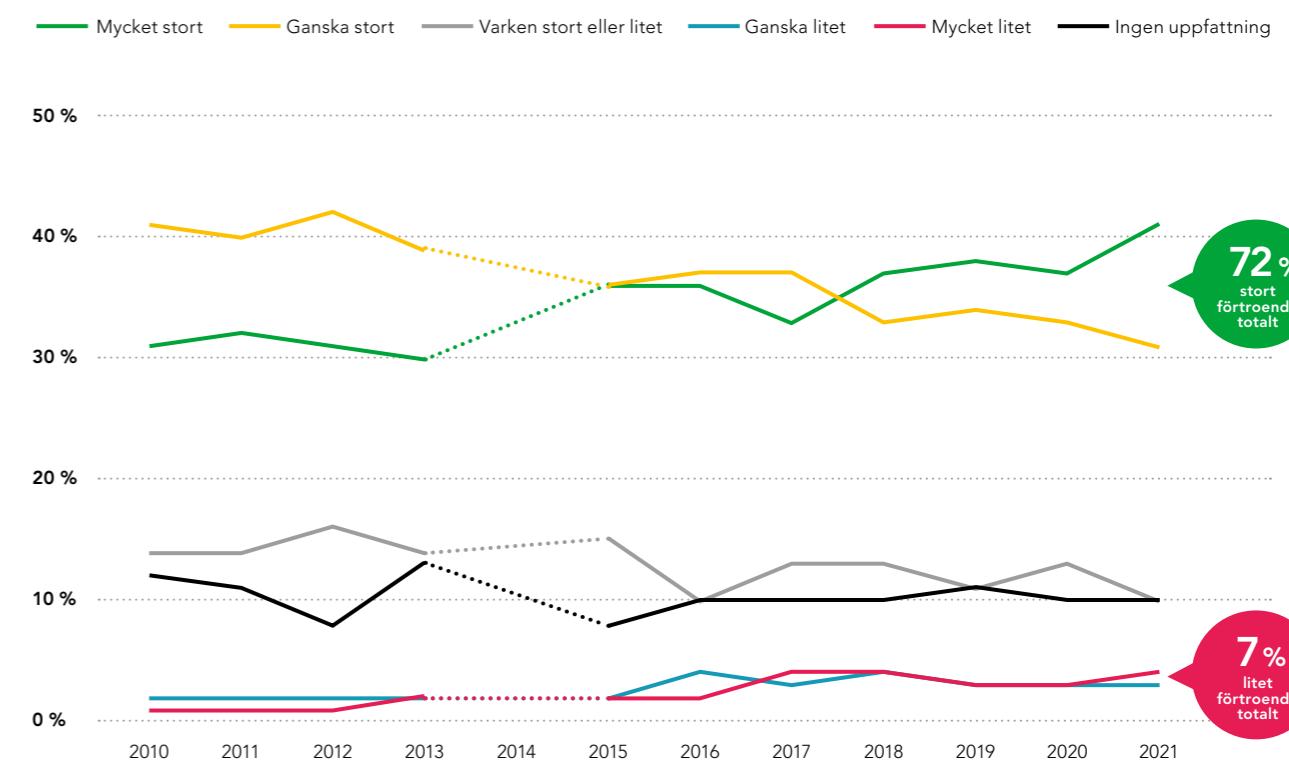
Kopplingen mellan hur en person ser på Sveriges Radio och i vilken mån personen tar del av innehållet är tydlig även när det gäller förtroendet. "86 procent av dem som dagligen tar del av nyheter från Sveriges Radio har till exempel stort förtroende för innehållet medan motsvarande andel bland dem som sällan eller aldrig tar del av innehållet är 53 procent."²

Trots de stabila siffrorna kommer det naturligtvis krävas ett hårt arbete för att bibehålla förtro-

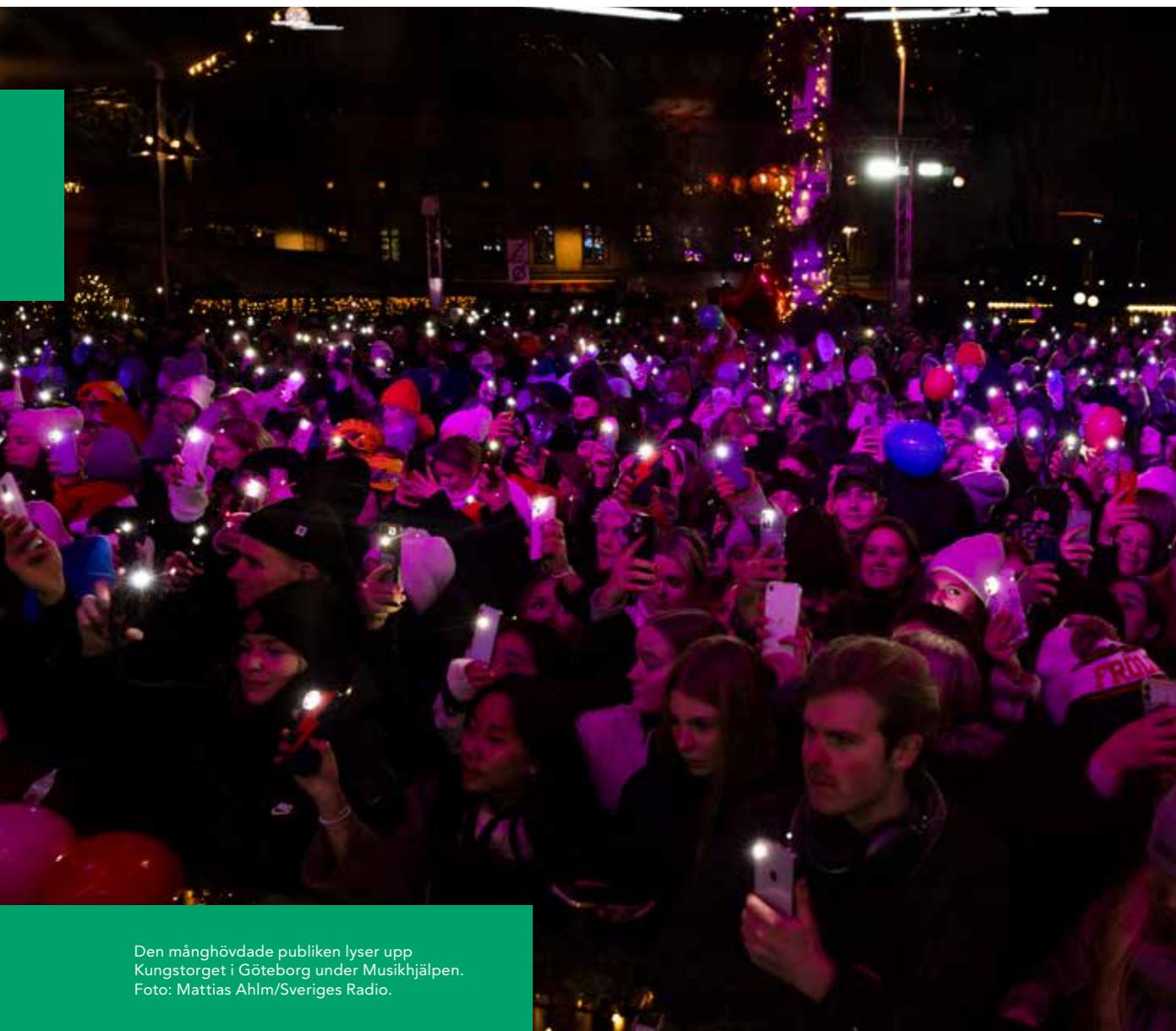
endet såväl för Sveriges Radio som för andra svenska medieföretag. I flera undersökningar märks skillnader mellan grupper som sympatiserar med olika politiska partier, bland annat är förtroendet för medier lägre bland dem som definierar sig "klart till höger". En analys i SOM-rapporten *Ingén anledning till oro (?)* från 2021 visar att bedömningen av såväl mediernas värde för samhället som deras oberoende påverkar förtroendet i högre grad än vilket politiskt parti man sympatiserar med. Vidare är inflytandet av politiska sympatier på förtroendet lägre bland individer som anser att medierna har högt samhällsvärde och oberoende.³ Det finns också andra skillnader och rörelser under ytan. SOM-institutets siffror visar bland annat att →

2.1.1 Så har förtroendet för Sveriges Radio utvecklats

Sedan 2010 har andelen med mycket stort förtroende ökat, och det har även gruppen med mycket litet förtroende.



Källa: SOM-undersökningen 2021, publicerad 31 mars 2022. 2014 ändrades frågeformuleringen för Sveriges Radio men ändrades tillbaka till den ursprungliga formuleringen 2015. Därför är 2014 års siffra inte jämförbar och ingår inte i tidsserien.



Den månghövdade publiken lyser upp
Kungstorget i Göteborg under Musikhjälpen.
Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

lägutbildade har lägre förtroende för medier än högutbildade. Samma mönster syns mellan generationer där yngre mediekonsumenter har lägre förtroende än äldre.⁴

Det har också skett förändringar inom olika delar av opinionen under de senaste åren, vilket du kan se i grafen 2.1.1. Enligt resultatet från SOMundersökningen kan förändringarna sammanfattas som att både andelen med mycket stort förtroende och andelen med mycket litet

förtroende blir större. Samtidigt är antalet med stort förtroende tio gånger fler än de med litet förtroende. Orsakerna till förändringarna behöver dock studeras närmare för att kunna förklaras.

Förtroendet för public service tenderar också att stärkas i oroliga tider. I en undersökning som Novus genomförde i mars 2022 på uppdrag av Sveriges Radio och SVT efter Rysslands invasion av Ukraina ansåg 84 procent att de hade förtroende för innehållet i Sveriges Radio.⁵

¹"Public Service: En svensk kunskapsöversikt", Nordicom 2022, s. 39.

²"Public Service: En svensk kunskapsöversikt", Nordicom 2022, s. 43.

³"Ingen anledning till oro (?)", SOM-institutet 2021, s. 57–73.

⁴SOMundersökningen.

⁵"Nyhetssrapportering kring kriget i Ukraina", Novus på uppdrag av Sveriges Radio och SVT, mars 2022.

2.2 Värde för individen

60 procent av svenskarna mellan 16 och 79 år ansåg att Sveriges Radio har ett mycket eller ganska stort värde för dem personligen enligt Novus årliga attitydundersökning för 2022. Andelen var exakt densamma 2021. Tittar man på kategorin "dagliga lyssnare" var andelen däremot väsentligt högre, 83 procent, jämfört med andelen i befolkningen som helhet. Kopplingen mellan att en person tar del av Sveriges Radios innehåll och upplever ett värde är alltså tydlig, precis som i fallet med upplevt värde på samhällelig nivå och förtroende för innehållet. Detta kan du läsa om i 2.1 Värde för samhället.

Hur resultaten för det upplevda värdet för individen kommer att utvecklas på längre sikt återstår att se. Ett rimligt antagande är att den genomsnittliga siffran kan komma att minska under tillståndsperioden 2020–2025 till följd av förändrade konsumtionsmönster och ett allt mer heterogen och fragmentiserat medieutbud.

Den 1 januari 2019 fick public service i Sverige en ny finansieringsmodell. Efter decennier av licensfinansiering övergick Sverige till skattefinan-

sierung i form av den så kallade public service-avgiften. Andelen av befolkningen som anser att Sveriges Radio är värt pengarna har legat kvar på liknande nivå som innan finansieringsmodellen förändrades.

66 procent av de svarande i attitydundersökningen 2022 ansåg att Sveriges Radio är värt pengarna, vilket är exakt samma nivå som både 2020 och 2021. Däremot ansåg endast 12 procent att Sveriges Radio inte är värt pengarna. Det är den lägsta andelen sedan public service-avgiften infördes.

Under 2022 var kostnaden maximalt 1,31 kronor per dag och person för Sveriges Radio. Det inkluderar de nära 140 000 timmarna linjär radio som sändes under året, det samlade utbudet on demand samt Berwaldhallen med kör och orkester. 2023 sänks maxkostnaden till högst en kostnad på 1,28 kronor per dag och person för Sveriges Radio.¹ I kapitel 7. Så används pengarna kan du läsa mer om Sveriges Radios intäkter och om hur företaget fördelar resurserna inom olika verksamheter. ■

2.2.1 Sveriges Radios värde för individen

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
För mig personligen har SR stort eller mycket stort värde	60 %	60 %	60 %			

Källa: Attitydundersökningen 2022, Novus Group. Urval: Hela allmänheten 16–79 år.

2.2.2 Sveriges Radio är värt pengarna

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Sveriges Radio är värt pengarna (SR:s andel av radio- och tv-avgiften)	66 %	66 %	66 %			

Källa: Attitydundersökningen 2022, Novus Group. Urval: Hela allmänheten 16–79 år.

¹ Budgetpropositionen för 2023 (prop. 2022/23:1).

2.3 Så används och uppfattas Sveriges Radio

Under 2020-talets två första år ökade lyssningen på Sveriges Radio markant. Det var en konsekvens av pandemin då många fick ändra sina vardagliga vanor och samtidigt upplevde ett stort behov av information. I början av 2022 lyftes restriktionerna, och livet återgick till det mer normala för de allra flesta. Som en konsekvens av detta gick lyssnandet på Sveriges Radio under 2022 tillbaka till ungefär samma nivåer som under 2019.

Under 2022 var Sveriges Radios totala räckvidd, alltså lyssning både linjärt och on demand, 4,9 miljoner lyssnare eller 52,8 procent av befolkningen från 9 år och uppåt under ett genomsnittligt dygn. En genomsnittlig vecka var den totala räckvidden för Sveriges Radio 78,2 procent eller 7,3 miljoner. Nära 8 av 10 svenskar lyssnar alltså på något innehåll från företaget under en vecka.

Fler lyssnar on demand, färre på radio

Allt fler svenskar lyssnar på innehåll on demand, och de lyssnar allt mer. De senaste årens lyssnartillväxt on demand för både Sveriges Radio och andra aktörer fortsatte under 2022. Marknaden blir allt mer fragmentiserad – antalet poddtitlar ökar och nya aktörer kommer till.

Samtidigt som on demand-lyssningen ökade snabbt för både Sveriges Radio och andra aktörer under 2010-talets sista år var publiknivåerna stabila för linjär radio som helhet. 1 augusti 2018 fick den kommersiella radion tre nationella nätverk samt möjligheten att börja sända via fler FM-frekvenser. 2019 nådde den kommersiella radion sin högsta räckvidd någonsin samtidigt som Sveriges Radios linjära kanaler minskade något.

När pandemins utbrott 2020 förändrade människors vanor och behov påverkades också radiolyssningen kraftigt. Pendeln svängde tillbaka: kommersiell radio minskade samtidigt som lyssningen på Sveriges Radio ökade. Historiskt har en stor del av lyssningen på kommersiell radio ägt rum utanför hemmet, inte minst i bilar. Men med ett minskade bilåkande när många arbetade

hemma sjönk också radiolyssningen. Omfördelningen av lyssningen från kommersiell radio till public service under pandemin ingick också i ett historiskt mönster där många vänder sig till Sveriges Radio för information vid dramatiska nyhetshändelser och förlopp.

Den kommersiella radions tillbakagång under pandemin fortsatte under 2022 trots att livet återgått till mer normala former. Under 2022 minskade också den linjära lyssningen på Sveriges Radio även om det blev en temporär uppgång i samband med Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina.

Sammantaget är utvecklingen under 2020-talet tydlig: den samlade lyssningen på linjär radio i Sverige minskar. 2019 lyssnade 6,4 miljoner på linjär radio under ett genomsnittligt dygn – motsvarande siffra 2022 var 5,9 miljoner. Merparten av minskningen har drabbat den kommersiella radion som 2022 hade 900 000 färre lyssnare jämfört med 2019. Under samma period minskade Sveriges Radio linjärt med 100 000 lyssnare.

Det finns anledning att anta att den kommersiella radion i högre utsträckning än Sveriges Radio påverkas av konkurrensen från strömmande musiktjänster. I en jämförelse mellan olika ljudformats utveckling över tid syns att den totala on demand-lyssningen ökat i ungefär samma omfattning som linjär radio minskat.

En följd av den kommersiella radions utmaningar med lägre publiknivåer är att Sveriges Radios marknadsandel, alltså andelen av den totala radiolyssningen i landet, ökade svagt till 76,6 procent under 2022 på en totalt sett krympande marknad för linjär radio.

Kanalerna ökar on demand och minskar linjärt

Den generella utvecklingen där lyssnandet ökar on demand och minskar linjärt synes tydligt i resultaten för samtliga Sveriges Radios kanaler under 2022. →



P2 i Parken i Broparken Umeå i augusti 2022. Det turnerande evenemanget kunde åter genomföras efter ett uppehåll under pandemin. Foto: Jonna Spiik/Sveriges Radio.

- P1** ökade on demand och minskade linjärt. P1 nådde rekordnivåer under pandemiåren 2020 och 2021. Sedan dess har lyssningen minskat men tycks ha etablerat sig på en högre nivå jämfört med innan pandemin. P1 nådde i genomsnitt 190 000 fler lyssnare per dygn under 2022 jämfört med 2019, och räckvidden ökade både linjärt och on demand. Sommar i P1 fungerade som ett lokomotiv för lyssnandet on demand under sommaren under det gångna året. Samtidigt ledde stora nyhetsändelser som valrörelsen och Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina till att lyssnandet på P1 i linjär radio ökade.

- P2** ökade on demand och minskade linjärt. Antalet lyssnare på kanalen som helhet minskade under 2022, vilket sannolikt berodde på en kombination av mätmetod och konkurrens från P1 samt strömningstjänster. Föreningar i mätningarna påverkar i högre grad resultatet för kanaler med färre lyssnare som P2 än för kanaler med betydligt fler lyssnare. Den lägre P2-lyssningen beror sannolikt på att många periodvis valde P1 i stället (en stor andel av P2:s publik lyssnar även på P1) samt en ökad användning av digitala musikströmingstjänster. Kanalen går dock framåt on demand om än från låga nivåer.

- P3** ökade on demand och minskade linjärt. Den totala räckvidden minskade svagt under 2022 men stabiliseras på samma nivå som under 2020 efter en mindre uppgång under pandemin. Ökningen on demand var störst i åldersgruppen 20–34 år. Veckoräckvidden on demand ökade totalt med 60 000 unika enheter eller 6 procent. En stor del av lyssningen kommer från landets största poddtitlel *P3 Dokumentär*.

- P4** ökade on demand och minskade linjärt. P4 är alltjämt landets överlägset största radiokanal och står för nästan hälften av allt linjärt lyssnande. Sett ur ett längre perspektiv har P4:s publik minskat sedan 2018 då den kommersiella radion fick fler frekvenser och

konkurrensen ökade påtagligt. Under pandemin stabiliseras antalet lyssnare för P4, men när restriktionerna hävdes och vardagslivet återgick till det mer normala minskade den totala dygnsräckvidden för kanalen med ungefär 200 000 lyssnare. Lyssnandet på P4 on demand har historiskt sett varit relativt lågt men ökade under 2022 med 18 procent till 320 000 enheter per vecka.

Barnradion och P4 växer snabbast on demand

2022 var räckvidden för Sveriges Radio on demand i genomsnitt 2,63 miljoner unika spelare per vecka. Det var en ökning med 8 procent jämfört med året innan.

Drygt hälften av lyssningen på Sveriges Radios utbud on demand gick via externa tjänster som exempelvis Spotify och Apples Podcaster. Men lyssningen via Sveriges Radios egna digitala plattformar ökade mer än de externa och stod för 45 procent av lyssningen på Sveriges Radios utbud on demand under 2022. Det var en ökning med 2 procentenheter jämfört med året innan. Den ökade lyssningen märktes i en stor del av Sveriges Radios utbud. P4 ökade procentuellt mest av kanalerna med 18 procent och *Barnradion* med hela 24 procent. Att P4 och *Barnradion* växte väsentligt mer än genomsnittet innebär också att deras andelar av Sveriges Radios totala räckvidd on demand har ökat.

Allt fler aktörer producerar innehåll on demand på en marknad som lockar allt fler lyssnare. Ett exempel på detta är utvecklingen i det branschgemensamma *Poddindex* där både Sveriges Radio och en rad kommersiella aktörer ingår. Sveriges Radio är den största aktören som är ansluten till *Poddindex*, och endast Acast hade en högre ökningstakt under året.

Det totala utbudet av titlar som ingår i *Poddindex* ökade under året, om än inte lika mycket som under de närmast föregående åren. Sveriges Radios poddutbud har innehållsligt sina tyngdpunkter inom områden som nyheter, kultur, dokumentärer och musik. Andra aktörer är starkare när det gäller

bland annat poddar med kända profiler, populärkultur i vid mening samt sport. Olikheterna mellan aktörernas utbud kan dock komma att förändras framöver – exempelvis har allt fler kommersiella aktörer börjat producera nyhetspoddar. Det är dock svårt att förutsäga hur poddmarknaden som helhet kommer att utvecklas under de närmaste åren. Delar av den kommersiella poddbranschen har ännu inte fullt ut fungerande affärsmodeller. Det återstår också att se i vilken mån lågkonjunktur och inflation kommer att påverka utvecklingen av ljudmarknadens utbud, vilket du kan läsa mer om i *3. Sveriges Radio i en föränderlig medievärld*.

Nöjdheten är stabil och nyhetsförmedlingen är viktig

Vid sidan av att mäta och analysera hur publiken tar del av utbudet undersöker Sveriges Radio också allmänhetens uppfattningar om det innehåll och de plattformar som Sveriges Radio erbjuder. Som beskrivits tidigare i detta kapitel genomför Novus på uppdrag av Sveriges Radio varje år en attitydundersökning både bland dem som lyssnar på företagets utbud och bland dem som inte gör det. I undersökningen får deltagarna svara på frågor om hur viktiga Sveriges Radios program inom olika områden är samt ange vilket betyg de ger SR inom olika programområden.

Under den senaste femårsperioden har nöjdheten med Sveriges Radio i stort sett varit stabil. Föreningar har rört sig om enstaka procentenheter och ligger inom den statistiska felmarginen. 2022 ökade dock nöjdheten med tre procentenheter till 70 procent av den svenska allmänheten. Samtidigt minskade andelen missnöjda med lika mycket och utgjorde 8 procent. Båda föreningar är statistiskt säkerställda. Andelen nöjda med programutbudet ökade till 68 procent och missnöjet minskade till sju procent.

Public service-medierna anses återkommande i attitydundersökningarna vara de överlägset viktigaste medierna för nyhetsförmedlingen i landet, och föreningar var små eller obefintliga mot föregående år. Bland de svarande som dagligen lyssnar på Sveriges Radio svarade

96 procent att företaget är mycket eller ganska viktigt för nyhetsförmedlingen i Sverige. I samma grupp var andelen som ansåg att nyheterna i Sveriges Radio är trovärdiga 86 procent – när det gäller hela allmänheten låg motsvarande andel på 73 procent, vilket var samma nivå som året innan.

Skillnader i bedömningen av innehållet i programmen

Trafikinformation är fortsatt det programinnehåll allmänheten anser är viktigast. 86 procent av de svarande 2022 tyckte att detta område är mycket eller ganska viktigt, vilket var samma nivå som året innan.

Den inbördes ordningen mellan de olika programinnehållens upplevd viktighet och kvalitet har förändrats ytterst lite under de senaste åren. Nyheter, väder, dokumentärt innehåll och faktiorienterade program anses vara viktigast och får högst betyg medan olika typer av kulturprogram, underhållning och program om relationer hamnar längre ner på skalan. I *7.3 Produktivitet och effektivitet* kan du läsa om att Sveriges Radio lägger huvuddelen av sina resurser på de programkategorier allmänheten anser är viktigast, vilket också ligger till grund för ett av företagets nyckeltal för effektivitet.

Fler upplever de lokala nyhetssändningarna som viktiga, 80 procent, jämfört med nyheter i stort, 74 procent. Men vad gäller den upplevda kvaliteten är förhållandena omvänta: 74 procent av de svarande ger nyheter i stort betygen mycket eller ganska bra, vilket kan jämföras med 69 procent för de lokala nyheterna. Ingen programkategori får ett snittbetyg lägre än 3,1 av 5.

Föreningar mellan 2021 och 2022 i uppfattningar om viktighet och kvalitet var små i de flesta fall. Inom ett par områden bröts dock det mönstret av statistiskt säkerställda föreningar där tillfälliga orsaker kan ha bidragit till de skillnader som uppstått.

När det gäller väderinformation tyckte väsentligt fler att kategorin var viktig, och fler gav också högre betyg jämfört med i 2021 års undersökning. En trolig orsak är att Sverige drabbades av en kraftig →

snöstorm i slutet av november 2022 då Novus datainsamling samtidigt ägde rum.

I motsatt riktning utvecklades synen på sportprogram. Andelarna av allmänheten som tyckte att sportprogram var viktiga eller gav dem höga betyg sjönk jämfört med 2021. Man kan spekulera i om detta beror på ett utbrett missnöje med fotbolls-VM som sändes under insamlingsperioden. Merparten av de europeiska public service-bolagen har vitnat om ett betydligt lägre publikintresse för årets VM jämfört med tidigare mästerskap.

2022 syntes också ett antal andra större säkerställda förändringar jämfört med tidigare år inom några områden. Här kan du läsa om dessa och var i public service-redovisningen företagets arbete med att utveckla respektive område beskrivs:

- Andelen som ansåg att de kan ta del av innehåll i Sveriges Radio när, var och hur det passar dem minskade med 3 procentenheter till 74 procent. I kapitel 4. *Här hittar du Sveriges Radio* kan du läsa mer om hur företagets utbud tillgängliggörs för lyssnarna.
- Andelen som upplevde Sveriges Radio som nära deras verklighet ökade med 3 procentenheter till 55 procent, och andelen som ansåg att de hör "innehåll om min och andras vardag" i Sveriges Radio ökade med 4 procentenheter till 49 procent. I 5.4 *Sveriges Radio ska spegla hela Sverige* kan du läsa mer om hur företaget arbetar med att lyfta fram fler perspektiv i utbudet.
- Andelen som ansåg att Sveriges Radio ger dem "kunskap om Europa" ökade med 3 procentenheter till 49 procent, medan andelen som ansåg att Sveriges Radio ger dem "kunskap om världen utanför Europa" ökade med 3 procentenheter till 50 procent. I 6.1 *Nyheter och samhällsbevakning* kan du läsa mer om Sveriges Radios utrikesjournalistik.
- Andelen som instämde i att "Sveriges Radio har ett brett musikutbud" minskade med 4 procentenheter till 46 procent. I 6.2 *Kultur*

kan du läsa mer om hur företaget arbetar med musikutbudets roll och innehåll i Sveriges Radios kanaler.

- Andelen som menade att Sveriges Radio har bra hörbarhet ökade med 3 procentenheter till 74 procent. I 6.4 *Tillgänglighet* kan du läsa mer om hur Sveriges Radio arbetar med frågor kring hörbarhet.

Alla ovanstående siffror är baserade på allmänhetens uppfattning, det vill säga oavsett om de lyssnat på Sveriges Radio eller inte.

Nöjdheten med kanalerna

När det gäller nöjdheten med de olika kanalerna fokuserar Sveriges Radio på de svarande som uppger att de lyssnar minst en gång i månaden på den kanal en specifik fråga gäller. Omdömena är något mer positiva i denna grupp eftersom de som uppger att de aldrig lyssnar på Sveriges Radio tenderar att vara mer negativa. För P1, P2, P4, Ekot och Barnradion märktes inga statistiskt säkerställda förändringar i nöjdheten under 2022. Andelen nöjda P3-lyssnare ökade med 7 statistiskt säkerställda procentenheter till 70 procent, medan Radiosporten backade med 3 procentenheter till 74 procent. Som tidigare påpekats kan missnöje med fotbolls-VM vara en tänkbar förklaring. Så här ser trenderna ut för de respektive kanalerna:

- **P1** ökade på samtliga områden från 2020 till 2021 och föll tillbaka något under 2022. Liksom tidigare instämde flest, 86 procent (-2), i påståendet att kanalen "har bra program om samhällsfrågor". 84 procent (-2) ansåg att "P1 har trovärdiga nyhetssändningar" och 83 procent (-2) att "P1 är aktuellt". Inga av dessa minskningar var dock statistiskt säkerställda.
- **P2** har betydligt färre lyssnare än de andra kanalerna, och därför påverkas attitydsifferna mer av små förändringar i mätningarna. Flest instämde i påståendet att "P2 erbjuder unika

musikupplevelser" (68 procent, +1) och att "P2 känns som en kunnig kanal" (65 procent, -1). De enda säkerställda förändringarna gällde "P2 ger mig avkoppling" (63 procent, -8) och "P2 känns som en passionerad kanal" (44 procent, -9).

- **P3** vände redan 2020 en längre negativ trend vad gäller attityder till kanalen. Som nämnts tidigare ökade den övergripande kanalnöjdheten kraftigt under 2022. Det fanns också en positiv tendens rörande de flesta mer detaljerade omdömena, men inga förändringar var statistiskt säkerställda. Flest instämde i påståendena att "P3 erbjuder humor och underhållning" (65 procent, +/-0) samt "P3 har trovärdiga nyheter" (63 procent, +2).

- **P4** är den kanal där omdömena varit mest stabila över tid, och resultaten i 2022 års undersökning ändrade inte den bilden. De påståenden som flest instämde i var "P4 har ett lokalt innehåll" (90 procent, -1), "P4 rapporterar snabbt om viktiga händelser" (83 procent, +/-0) samt "P4 känns som en folklig kanal" (78 procent, +/-0). De enda säkerställda förändringarna mot 2021 gällde påståendena "I P4 kan alla få komma till tals" (52 procent, -4), "P4 avslöjar missförhållanden i min del av landet" (52 procent, +4) samt "P4 spelar bra musik" (58 procent, +3).

Nöjdheten med sverigesradio.se och Sveriges Radio Play

När det gäller uppfattningarna om Sveriges Radios webbplats fanns inga statistiskt säkerställda förändringar under 2022 jämfört med föregående år, vare sig rörande övergripande nöjdhet (41 procent, -1) eller mer detaljerade omdömen. Endast 3 procent (-1) uttryckte direkt missnöje. Flest instämde i "På sverigesradio.se finns pålitlig information vid olyckor, elavbrott och oväder" (57 procent, -1) samt "sverigesradio.se är eniktig nyhetskälla" (53 procent, -1).

Andelen nöjda användare av Sveriges Radios app var 53 procent, en lika stor andel som 2021.

Även andelen missnöjda, 3 procent, var densamma som föregående år. Nöjdheten var betydligt högre bland dem som använder appen dagligen (79 procent, +1) än bland dem som lyssnade mindre ofta. De mer detaljerade omdömena om Sveriges Radio Play låg på samma nivåer som 2021, och flest instämde i påståendet att appen är enkel att använda (53 procent, +/-0) samt att det i appen finns snabb information vid olyckor, elavbrott och oväder (47 procent, +1).

Nöjdheten med sociala medier-konton

Det samlade antalet interaktioner på Sveriges Radios sociala medier-konton har under en lång tid stadigt ökat för varje år. Men under 2022 bröts denna utveckling. Det berodde framför allt på att Instagram genomfört förändringar som lett till att det sociala mediet numera prioriterar ned sådant innehåll som Sveriges Radio publicerar (bilder och texter) till förmån för videoer.

Andelen användare som ansåg sig nöjda med Sveriges Radios närvaro i sociala medier sjönk 2022 med 2 procentenheter till 64 procent. Den förändringen var inte statistiskt säkerställd – det var däremot minskningen av andelen uttryckligen missnöjda som utgjorde 1 procent, en nedgång med 3 procentenheter.

Flest instämde i att Sveriges Radios närvaro i sociala medier "ger mig pålitlig information" (69 procent, -2) och "är en viktig nyhetskälla" (59 procent, -8). Den senare förändringen är den enda statistiskt säkerställda jämför "gör Sveriges Radio mer tillgängligt för mig" (55 procent, -7). ■

55%

av allmänheten mellan 16 och 79 år upplever Sveriges Radio som nära deras verklighet.

Programmen och poddarna med störst publik

Här är de mest avlyssnade programmen i de fyra FM-kanalerna. Siffrorna anger genomsnittligt antal lyssnare per program.

P1

• <i>P1-morgon</i>	830 000
• <i>God morgen, världen</i>	530 000
• <i>Studio Ett</i>	530 000
• <i>Sommar & Vinter i P1</i>	530 000

P2

• <i>Rendezvous med Kristjan Saag</i>	60 000
• <i>Lördagsmorgon</i>	50 000
• <i>Klassisk morgon</i>	40 000
• <i>Klassisk förmiddag</i>	40 000
• <i>Text och musik med Erik Schüldt</i>	40 000

P3

• <i>P3 med ... mån–to kl 10.02–16.00</i>	390 000
• <i>Morganpasset i P3</i>	370 000
• <i>P3 med ... fre kl 10.02–15.00</i>	350 000

P4

• <i>Ring så spelar vi</i>	1 580 000
• <i>Sportextra söndagar</i>	1 340 000
• <i>Sportextra lördagar</i>	1 280 000
• <i>Melodikrysset</i>	1 280 000

P4:s lokala program har sammanlagt fler lyssnare än de ovan angivna. Exempelvis lyssnade nära 1,7 miljoner på P4:s morgonprogram en genomsnittlig vardagsmorgon under 2022.

Här är Sveriges Radios poddtitlar med högst räckvidd på Poddindex under helåret 2022:

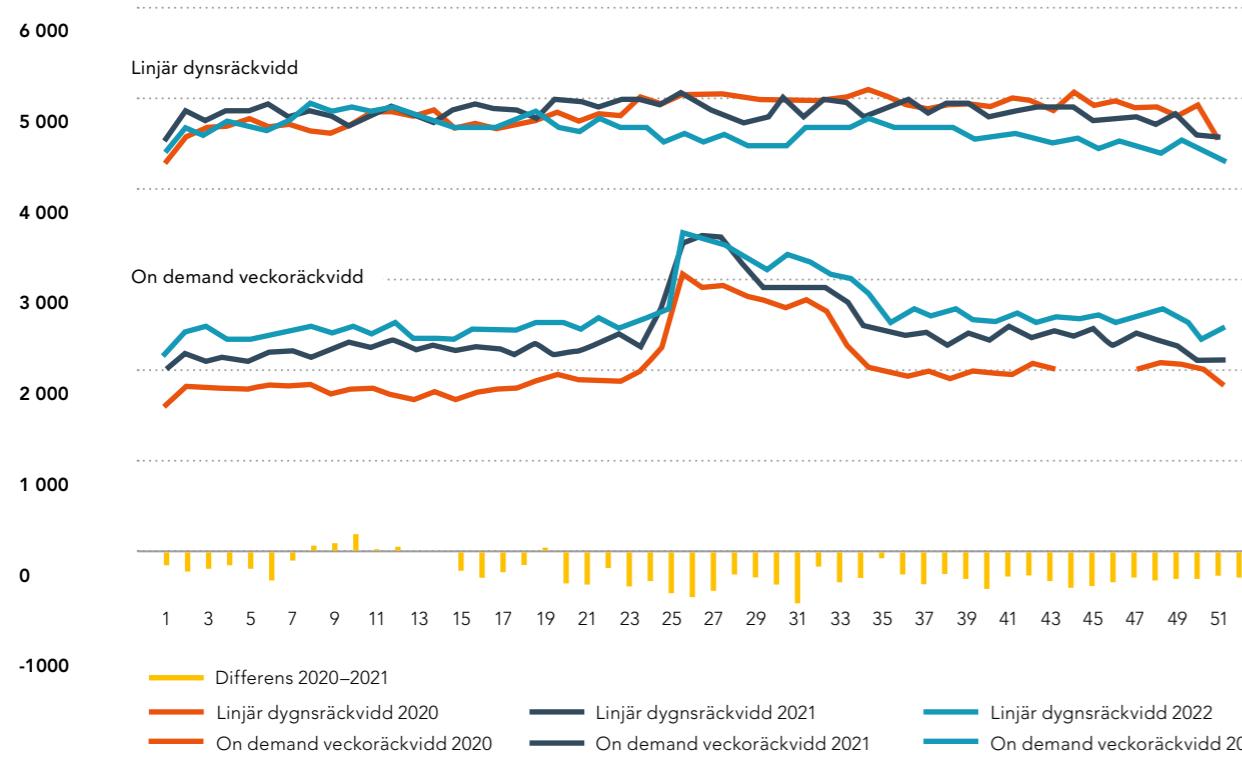


Bibi Rödöö, chef för Sommar i P1, fixar kransen åt Rysslands-experten Gudrun Persson inför hennes program säsongen 2022. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Programtitel	Veckoräckvidd
<i>P3 Dokumentär</i>	507 000
<i>Sommar & Vinter i P1*</i>	373 000
<i>P3 Historia</i>	144 000
<i>P1 Dokumentär</i>	140 000
<i>Ekot</i>	128 000
<i>P3 Krim</i>	125 000
<i>Creepypodden i P3</i>	125 000
<i>Morganpasset i P3</i>	93 000
<i>P3 ID</i>	89 000
<i>Julkalendern 2021</i>	81 000

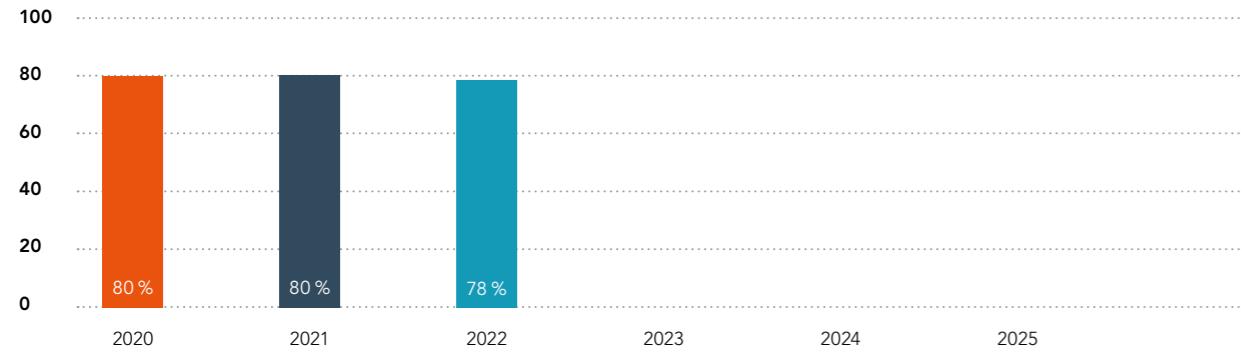
* Under sommarveckorna har *Sommar i P1* ett snitt på 1,6 miljoner lyssnare i veckoräckvidd.

2.3.1 Genomsnittlig räckvidd per dygn linjärt och per vecka on demand 2020–2022.



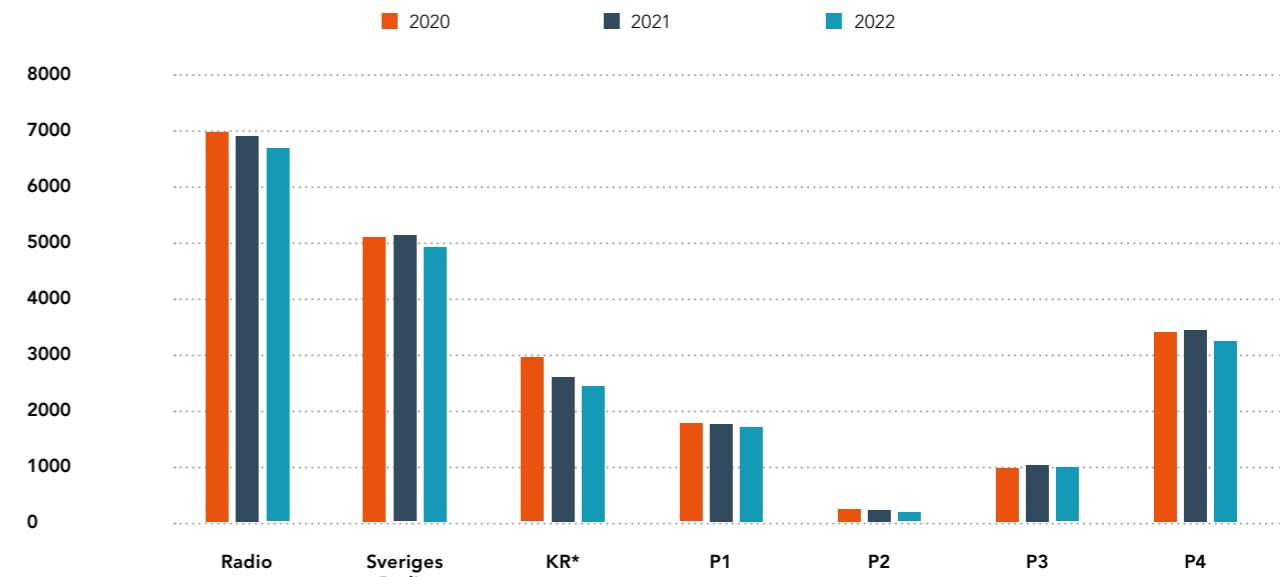
Kommentar: Ovanstående diagram visar lyssningen under året. De översta linjerna visar den genomsnittliga linjära dygnsräckvidden bland lyssnare över nio år, de nedre veckoräckvidden för on demand-lyssning. De gula staplarna visar skillnaden mellan den linjära lyssningen 2021 och 2022. För on demand-lyssningen saknas data för delar av hösten 2020 på grund av tekniska fel i mätningarna.

2.3.2 Andel av befolkningen från 9 år som lyssnar på SR en genomsnittlig vecka



Källa: Kantar Sifos radiomätningar, PPM och CATI.

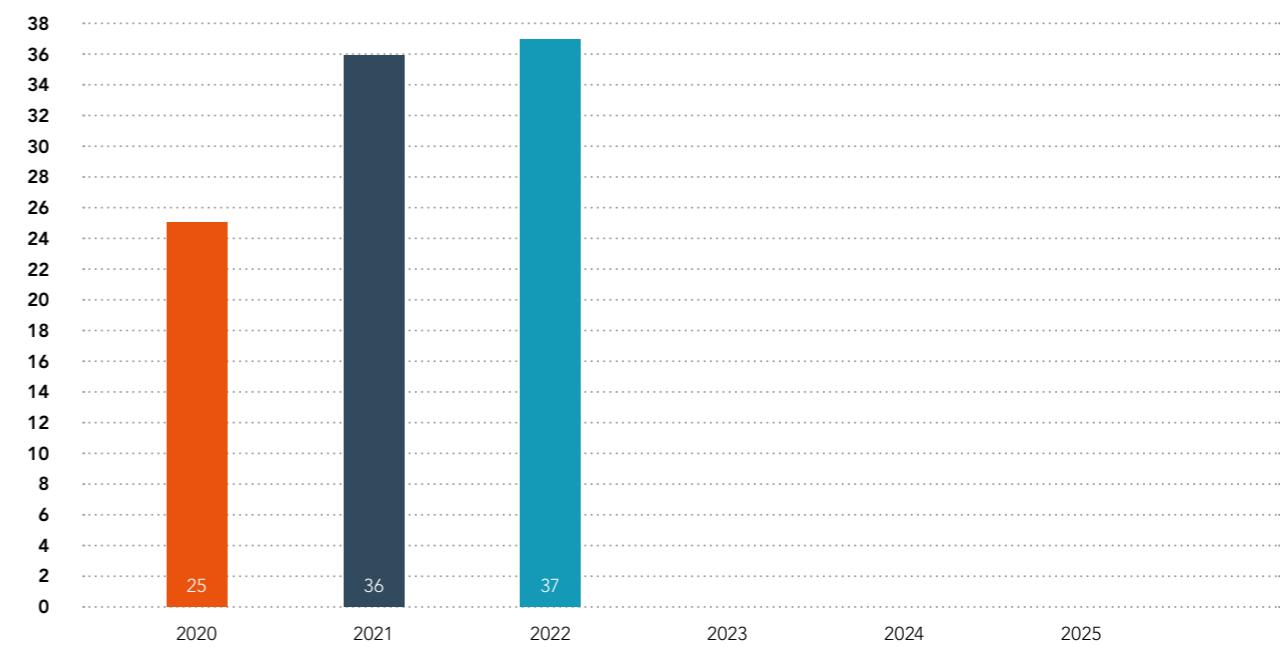
2.3.3 Total räckvidd i 1000-tal, genomsnittligt dygn



Kommentar: Räckvidd definieras som antalet som lyssnat linjärt och/eller on demand.

*För KR, den kommersiella radion, saknas officiell data för total räckvidd. Siffrorna avser därför linjär räckvidd i befolkningen över 9 år.

2.3.4 Antal interaktioner (i miljoner) per år på Sveriges Radios konton i sociala medier



Källa: Crowd tangle. Instagram är den överläget största plattformen för Sveriges Radio med ungefär 62 procent av alla interaktioner. Facebook står för cirka 35 procent och Twitter för resterande del.

2.3.5 Allmänhetens uppfattningar om innehåll i Sveriges Radio

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Sveriges Radio har trovärdiga nyhetsändningar.	76 %	73 %	73 %			
Jag kan höra/ta del av innehåll i Sveriges Radio när, var och hur det passar mig.	78 %	77 %	74 %			
I Sveriges Radio hör jag innehåll om min och andras vardag.	69 %*	67 %*	69 %*			
Sveriges Radio har ett brett utbud av kultur.	37 %	37 %	36 %			
Sveriges Radio har en jämn fördelning mellan kvinnor och män i sitt programinnehåll.	33 %	36 %	34 %			
Jag får oväntade bilder av det svenska samhället i Sveriges Radio.	27 %	27 %	28 %			

Kommentar: "Dessa data kommer av metodologiska skäl från en rullande attitydundersökning med N=13 601 Frågan lön "Hur väl stämmer följande påståenden om Sveriges Radio med din uppfattning?" Procentsiffran anger andelen som svarade "Instämmer". Bas: samtliga (n=2497). Källa: Attitydundersökningen/Rullande attitydundersökningen, Novus 2022.

2.3.6 Nöjdhet med Sveriges Radios kanaler

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
P1	82 %	82 %	81 %			
P2	65 %	67 %	63 %			
P3	64 %	63 %	70 %			
P4	80 %	80 %	81 %			
Ekot	87 %	87 %	86 %			
Radiosporten	75 %	77 %	74 %			
Barnradion	46 %	46 %	47 %			

Kommentar: Frågan lön "Hur nöjd eller missnöjd är du totalt sett med ...?" Bas: Lyssnat minst 5 min. senaste månaden (P1: 1072, P2: 371, P3: 1076, P4: 1599, Ekot: 3471, Radiosporten: 2405, Barnradion: 698). Källa: Attitudundersökningen, Novus 2022.

2.3.7 Övergripande nöjdhet med Sveriges Radio

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Andel mycket/ganska nöjda totalt sett med Sveriges Radio	68 %	67 %	70 %			
Andel mycket/ganska nöjda med Sveriges Radios program	68 %	65 %	68 %			

Kommentar: Frågan lön "Hur nöjd eller missnöjd är du totalt sett med ...?" Bas: Samtliga (n=5096). Källa: Attitudundersökningen, Novus 2022.

2.3.8 Nöjdhet med sverigesradio.se

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Andel mycket/ganska nöjda	43 %	42 %	41 %			

Kommentar: Frågan lön "Hur nöjd eller missnöjd är du totalt sett med sverigesradio.se?" Bas: har besökt sverigesradio.se (n=1743). Källa: Attitydundersökningen, Novus 2022.

2.3.9 Nöjdhet med Sveriges Radio Play

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Andel mycket/ganska nöjda	52 %	53 %	53 %			

Kommentar: Frågan lön "Hur nöjd eller missnöjd är du totalt sett med Sveriges Radios app (Sveriges Radio Play)?" Bas: har använt Sveriges Radio Play (n=1547). Källa: Attitudundersökningen, Novus 2022.

Fram till 2019 lön "Har du använt Sveriges Radios app, Sveriges Radio Play?", sedan 2020 lyder den "Hur ofta lyssnar du på innehåll från Sveriges Radio (t.ex. radiokanal direktsänd, i efterhand, nyhetsklipp eller podd) via Sveriges Radio Play?" Detta har lett till att färre i dag svarar "aldrig" och fler "mera sällan". Eftersom sällan användare ofta ger lägre omdömen än mer frekventa är detta en av förklaringarna till den negativa utvecklingen avseende attityderna till Play.

2.3.10 Nöjdhet med Sveriges Radio i sociala medier

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Andel mycket/ganska nöjda	71 %	66 %	64 %			

Kommentar: Frågan lön "Hur nöjd eller missnöjd är du totalt sett med Sveriges Radio i sociala medier?" Bas: Följer något av Sveriges Radios sociala medier-konton (n=425). Källa: Attitydundersökningen, Novus 2022.

3. Så arbetar Sveriges Radio

För att kunna skapa innehåll för en bred publik krävs en mångsidig organisation.

- 3.1 Uppdrag inom Sveriges Radio**
- 3.2 Variation i produktionsformer**
- 3.3 Samarbeten med produktionsbolag**
- 3.4 Sveriges Radios bidrag till en livskraftig mediemarknad**
- 3.5 Publicistiskt ansvar och granskning av innehåll**
- 3.6 Sveriges Radio finns i hela landet**
- 3.7 Nya tjänster och förhandsprövning**
- 3.8 Språkvård – ett viktigt ansvar för public service**
- 3.9 Priser och utmärkelser**
- 3.10 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens**
- 3.11 Beredskap och viktig information till allmänheten**
- 3.12 Sändningskvalitet**



I november 2022 tog LaGaylia Frazier tillsammans med Radiosymfonikerna under Hans Eks ledning Berwaldhallens publik tillbaka till 1970-talets gyllene disco-era.
Foto: Arne Hyckenberg

Så säkras och utvecklas kvalitet i utbudet

Det här kapitlet beskriver hur Sveriges Radio har utformat sin organisation och sina arbetssätt för att leva upp till kraven på kvalitet i innehållet och på att vara en ansvarsfull aktör på mediemarknaden.

3.1 redogör för hur Sveriges Radio är uppbyggt och hur metoderna att utveckla verksamheten hör ihop med företagets strategiska mål.

3.2–3.4 tar upp olika aspekter av Sveriges Radios roll på mediemarknaden och beskriver

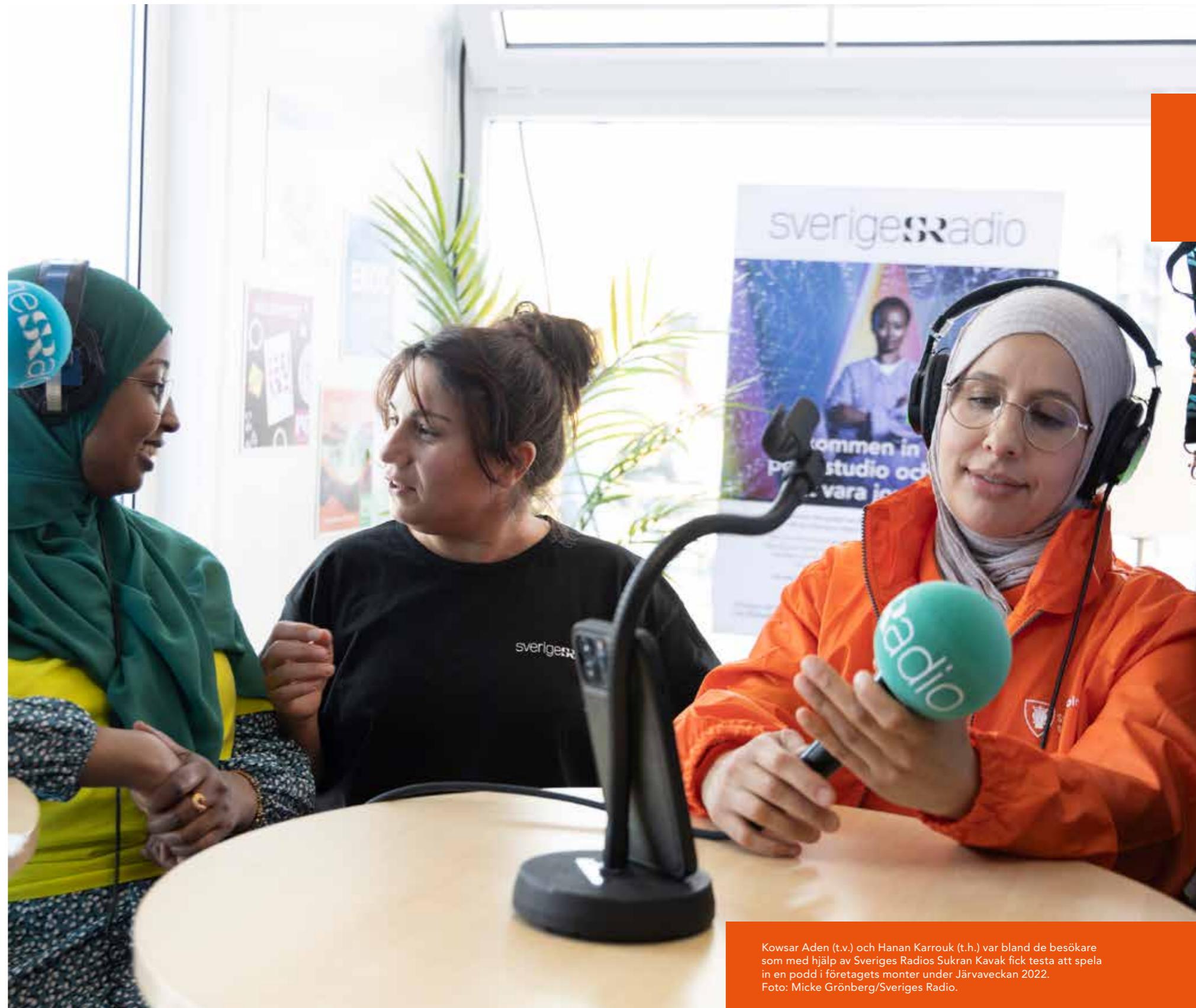
- samarbeten med produktionsbolag och externa medverkande i program och poddar
- olika sätt att stimulera den svenska mediemarknaden och diskussionen om public service.

3.5–3.9 berör områden som är centrala för lyssnarnas förtroende för Sveriges Radio och beskriver

- företagets sätt att arbeta med etiska frågor och publicistisk kvalitet
- bestämmelserna kring förhandsprövning av nya tjänster
- språkvård
- hur företaget är spritt över hela landet.

3.10–3.12 handlar om hur företaget arbetar för att

- utveckla innehåll, kompetens och teknik
- uppfylla beredskapsuppgiften, sända viktiga meddelanden till allmänheten och hålla en hög säkerhetsnivå
- kunna säkra sändningar utan avbrott och störningar.



Kowsar Aden (t.v.) och Hanan Karrouk (t.h.) var bland de besökare som med hjälp av Sveriges Radios Sukran Kavak fick testa att spela in en podd i företagets monter under Järnaveckan 2022.
Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

3.1 Uppdrag inom Sveriges Radio

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 sätter ramarna för verksamheten under den period tillståndet ska gälla. Därefter utfärdas medelsvillkor med beslut om vilka ekonomiska resurser företaget tilldelas och vilka andra förutsättningar av teknisk och administrativ art som ska gälla. I det tillstånd som trädde i kraft 2020 är medelsvillkor beslutade för samtliga sex år under tillståndsperioden 2020–2025.

Sveriges Radio AB ägs av Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Radio AB, Sveriges Television AB och Sveriges Utbildningsradio AB. Styrelsen och verkställande direktören leder SR:s arbete i enlighet med aktiebolagslagen, bolagsordningen och svensk kod för bolagsstyrning.

Sveriges Radios verksamhet är organiserad i fem enheter: Program-, HR- och Ekonomi-, Vd-, Kommunikations- samt Teknikenheten.

Så planeras utbudet

All verksamhet utgår från de strategiska mål som redovisas i 1.4 Sveriges Radios mål och strategier. Omvärldsanalyser inom sektorerna *Publiken*, *Marknaden*, *Samhället* och *Tekniken* görs regelbundet och distribueras i hela företaget.

Sveriges Radios utbud produceras inom företagets största enhet Programmenheten som också beställer externa produktioner. Programenheten är organiserad i sex delar som var för sig har olika ansvarsområden inom innehållsproduktion och utveckling av plattformar och tjänster. En övergripande inriktning för utbudet ligger till grund för hur strategierna för respektive kanal och *Sveriges Radio Play* formuleras. De mest prioriterade strategiska områdena för utveckling samlas i en publicistisk utvecklingsplan. Planen bygger på analyser gjorda av särskilda analysgrupper som består av medarbetare från olika delar av företaget.

En utbudsgroup ansvarar för interna och externa programuppdrag. Redaktioner, områden och avdelningar använder programuppdragen som grund när de ska planera och göra budget för nästkommande år.

Satsningarna sammanfattas i en utbudsplan som ingår i Sveriges Radios verksamhetsplan vilken beskriver hur företaget ska arbeta för att nå sina strategiska mål. Verksamhetsplanen och budgeten inför kommande år godkänns av styrelsen i slutet av året.

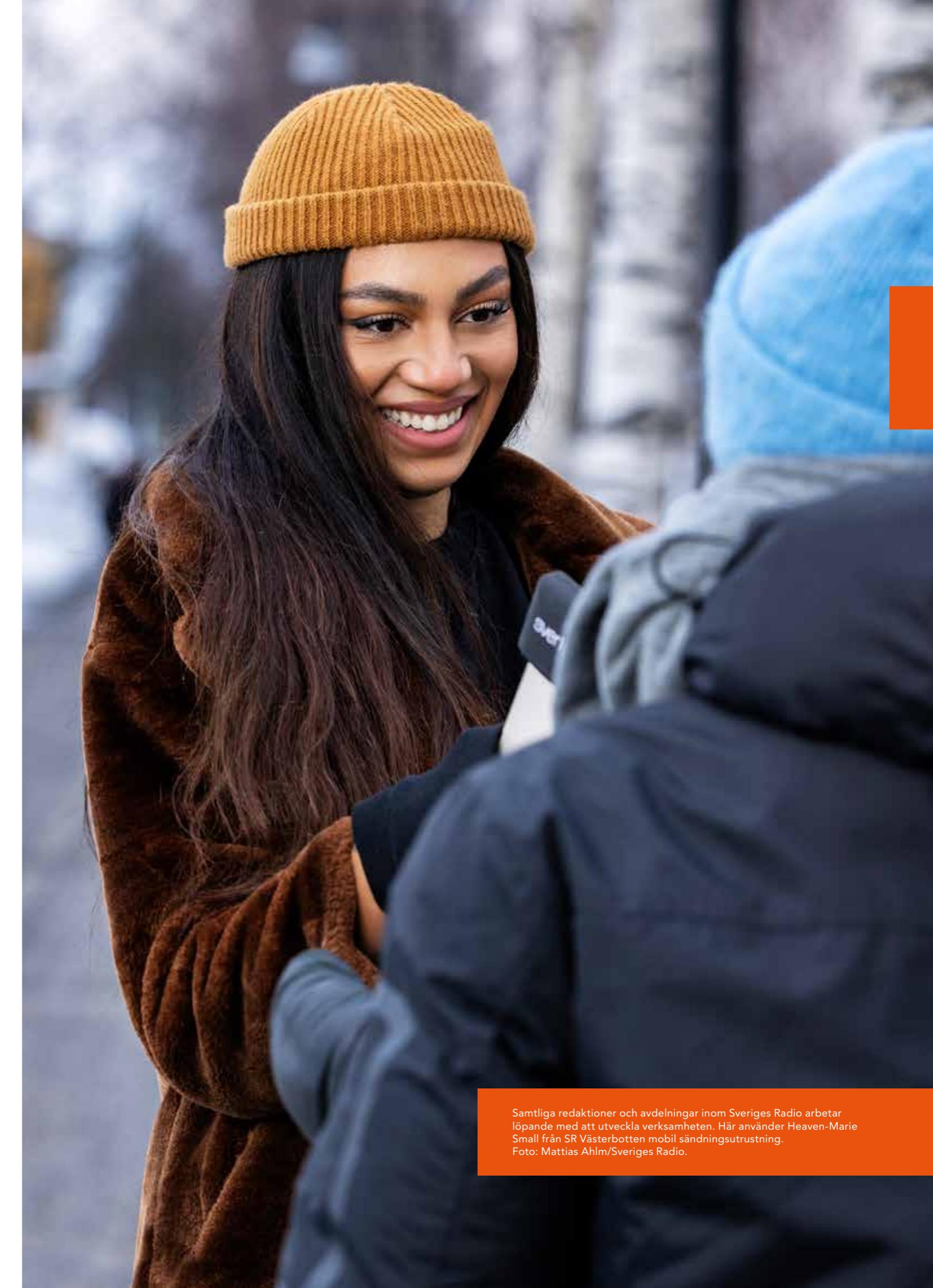
Så går uppföljningen till

Företagsledningen får löpande under året information om det ekonomiska läget. Varje tertial får ledningen ta del av mer omfattande rapporter där strategiska mål, publikutveckling och upphandlings- och utvecklingsplaner följs upp. Företagsledningen och styrelsen går igenom underlagen varje tertial, och verksamheten utvärderas av enhetschefer och vd.

Programuppdrag och lyssning mäts och följs upp både löpande och i årliga uppföljningar av mål som satts upp för respektive kanal. Utbudet och kanalerna följs även upp med kvalitativa publika mål i Novus attitydundersökningar som görs i större format en gång per år och i mindre format löpande under året. Resultaten från attitydundersökningarna ingår också i framtida beslutsunderlag för de kanalansvariga. Utvärderingar av innehållet i program och poddar görs löpande, bland annat i form av särskilda lyssningsprojekt.

Så drivs utvecklingsarbetet framåt

Alla chefer inom Sveriges Radio arbetar efter en utvecklingsplan i form av en pilmodell som gäller för hela företaget. Under ett antal rubriker i pilmodellen beskriver ansvarig chef planerade aktiviteter, hur de hör ihop med företagets strategiska mål och hur de ska genomföras. Tre gånger per år följer varje chef tillsammans med närmast överordnade chef upp de planerade aktiviteterna. Detta ingår som en del i de tertialsvisa uppföljningarna. Varje tertial redovisar enhetscheferna de samlade aktiviteterna för vd. ■



Samtliga redaktioner och avdelningar inom Sveriges Radio arbetar löpande med att utveckla verksamheten. Här använder Heaven-Marie Small från SR Västerbotten mobil sändningsutrustning.
Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

3.2 Variation i produktionsformer

§ 6 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» 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. «

Frilansare, produktionsbolag och andra externa medverkande hörs i de flesta programkategorier och i alla kanaler i Sveriges Radios utbud. 1 314 externa produktionsbolag anlitades under 2022, och 477,3 miljoner kronor lades på extern medverkan i någon form.

De enda typer av program som Sveriges Radio inte beställer av externa produktionsbolag är nyhetssändningar och nyhetsprogram vilka uteslutande produceras inom de egna redaktionerna. Musikläggningen görs också internt.

Sveriges Radio anlitar varje år mängder av medverkande som har vitt skilda kompetenser och som framträder i olika typer av roller i program och poddar. Här är några exempel:

- **Kulturskapare** som kompositörer, skådespelare, regissörer, dramatiker och författare medverkar exempelvis i P2-program, Berwaldhallens konserter, Sveriges Radio Dramas utbud i olika kanaler, Radioföljetongen, Dagens Dikt och i satsningar i lokala kanaler. Kulturessäer i OBS görs av skribenter, författare och kritiker.
- **Programledare** anlitas exempelvis i Ring P1 och i P4-programmen Ring så spelar vi, P4 Extra, Karlavagnen och Kvällspasset. Externa programledare medverkar bland annat också i en rad P3-produktioner.
- **Experter** inom vitt spridda fält hörs i alla kanaler. Bland annat medverkar personer från den akademiska världen i fördjupande

P1-program eller i aktualitetsblock i såväl P3 som i P4:s lokala kanaler.

- **Andra kategorier av ämnesexperter** inom olika områden anlitas regelbundet i en hel del produktioner, alltifrån *Fråga musikprofessorn* i P2 till P4-podden *Fråga Agnes Wold*. I de lokala kanalerna hörs experter inom ämnen som mat, resor, politik, juridik, populärkultur och samlevnad.
- **Kommentatorer och krönikörer** medverkar i exempelvis program som *God morgen, världen!* i P1 eller *Kulturnytt* som sänds i P1, P2 och P4. I musikprogram i alla kanaler hörs musiker och musikjournalister, bland annat genom att de recensrar och analyserar eller deltar i diskussioner.

I andra produktioner är en blandning av professioner och bakgrund hos de medverkande bärande i själva programidén. Det gäller exempelvis *Sommar & Vinter* i P1 som också anlitar ett stort antal externa producenter.

Sveriges Radio redovisar i siffror utomståendes medverkan i utbudet på två sätt:

- **antal medverkande och bolag** (tabellerna 3.2.1 och 3.2.3).
- **samlade kostnader för utomståendes medverkan**, inklusive ersättningar för musikrättigheter (tabell 3.2.2).

Extern medverkan redovisas dock inte som andelar av den totala sändningstiden. Orsaken är att det helt enkelt inte är praktiskt genomförbart. Om exempelvis en programledare är anlitad via sin egen firma medan producent, reporter och tekniker är anställda av Sveriges Radio är det inte möjligt att dela upp produktionen i hur många sändningsminuter som är gjorda av den externa programledaren och hur många som är gjorda av den interna personalen. ■



Jonas Karlsson och Lola Zackow hördes i "Ernaux' flickor" i december 2022. Ljuddramat som skrivits av Lola Zackow och inspirerats av nobelpristagaren Annie Ernaux' författarskap. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

3.2.1 Antal anlitade bolag för programproduktion

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Stockholm	806	809	811			
Berwaldhallen	183	153	182			
SR Blekinge	5	2	3			
SR Dalarna	13	9	4			
SR Gotland	3	2	1			
SR Gävleborg	16	12	10			
SR Göteborg	72	71	55			
SR Halland	5	1	3			
SR Jämtland	13	4	7			
SR Jönköping	10	4	6			
SR Kalmar	5	2	5			
SR Kristianstad	14	12	10			
SR Kronoberg	69	49	50			
SR Malmöhus	137	128	131			
SR Norrbotten	74	55	15			
SR Sjuhärad	6	5	6			
SR Skaraborg	13	8	6			
SR Stockholm	19	22	30			
SR Sörmland	15	19	14			
SR Uppland	40	42	24			
SR Värmland	11	3	2			
SR Väst	10	6	13			
SR Västerbotten	27	19	4			
SR Västernorrland	25	53	61			
SR Västmanland	3	1	1			
SR Örebro	3	1	2			
SR Östergötland	4	4	3			
SR Programteknik	2	1	4			
Totalt	1 603	1 497	1 463			
Antal unika	1 404	1 303	1 314			

Kommentar: Tabellen visar antalet anlitade bolag per redaktion. Några bolag har anlitats av flera redaktioner vilket innebär att dessa bolag redovisas på flera orter – därav skillnaden mellan raden ”total” och raden ”antal unika” där respektive bolag endast räknas en gång oavsett hur många redaktioner bolaget levererat till.

Antal anlitade produktionsbolag under 2022 var 1 463, men antalet unika produktionsbolag var 1314. Skillnaden beror på att vissa produktionsbolag anlitade flera gånger och av olika kanaler eller redaktioner. Jämfört med 2021 minskade anlitade bolag med 34.

Antalet anlitade produktionsbolag har minskat över tid, men samtidigt har Sveriges Radios utgifter för uppdrag till produktionsbolag ökat. 2014 var totalsumman 150 miljoner kronor, 2022 176 miljoner kronor.

Antalet produktioner skilde sig väsentligt mellan bolagen. Några bolag levererade många program eller serier medan andra fick enstaka beställningar i Sveriges Radios egna produktioner. Merparten av de bolag som anlitas var ensmansbolag. De största leverantörerna var Tredje Statsmakten Media AB, Munck Studios AB, Filt AB, SMT Medieproduktion AB och Massa Media i Piteå AB.

3.2.2 Utomståendes medverkan i Sveriges Radios programutbud, miljoner kronor

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Medverkande och programanställda						
Medverkande	26,9	28,3	30,8			
Programanställda	115,7	116,4	118,5			
Delsumma	142,6	144,8	149,3			
Andra slags produktionssamarbeten						
Anlitade bolag	161,2	168,9	171,6			
Samproduktioner	0,3	0,6	0,6			
Förvärv av sändningsrätter	0,3	0,6	1,1			
Delsumma	161,8	170,1	173,3			
Musikrättigheter	143,5	152,8	154,6			
Totalt utomståendes medverkan	447,9	467,7	477,3			

Kommentar Sveriges Radios kostnader för utomståendes medverkan uppgick under 2022 till 477,3 miljoner kronor, varav musikrättigheter utgjorde 154,6 miljoner kronor. Jämfört med 2021 innebar det en ökning med 9,6 miljoner kronor. Ökningen var fördelad på alla poster som redovisas som utomståendes medverkan på anlitade bolag.

3.2.3 Antal arvoderade medverkande

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Antal arvoderade medverkande	1 080	880	942	‘		

Kommentar: Antal medverkande ökade något under 2022 jämfört med 2021. Detta var framförallt en följd av ett ökat antal medverkande inom Berwaldhallens konsertverksamhet.

3.3 Samarbeten med produktionsbolag

• 16 / MEDELSVILLKOR

» SR ska bidra till att stärka en livskraftig produktionsmarknad i hela landet. SR ska i dialog med externa produktionsbolag säkerställa att företagets organisation för inköp och beställning av extern produktion präglas av tydighet. «

Program och poddar som skapas av externa produktionsbolag runt om i landet är centrala för att utbudet ska kunna hålla den kvalitet som krävs i sändningstillstånd och medelsvillkor. Sveriges Radio har i kraft av sin storlek och sitt uppdrag ett stort ansvar för att den svenska marknaden för ljudproduktioner är livaktig och innovativ. Under 2000-talet har företaget successivt köpt in allt fler programserier från externa produktionsbolag. Under det senaste decenniet har marknaden för ljudproduktionsbolag också förändrats och växt markant när plattformar som exempelvis Spotify och Podme, andra mediebolag samt institutioner och företag börjat köpa in ljudproduktioner. Konkurrensen om nya programformat och kompetenta innehållsmakare har ökat.

Så fungerar uppdrag och leveranser

På sverigesradio.se/omsverigesradio finns information om vilka typer av innehåll som efterfrågas och köps in för att detta ska vara så tydligt och transparent som möjligt för marknadsaktörer och allmänhet. Här redovisas också samtliga program och poddar som företagets utbudsansvariga köper. Dessutom finns det uppgifter om vilket bolag som står för en viss produktion, vilken kanal bolaget gör produktionen för samt antalet avsnitt.

Webbplatsen medieportalen.sr.se är öppen för programproducerande bolag och har också utvecklats i dialog med bolagen. Här levererar produktionsbolagens medarbetare de beställda programmen. De kan också söka musik i gramfonarkivet, ta del av inslag och program från Sveriges Radios 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. På medieportalen.sr.se finns också guiden Leveranshandbok – ett programs väg genom Sveriges Radios infrastruktur tillgänglig, och skriften uppdateras löpande.

Sveriges Radio utvecklar löpande sina samarbeten med externa produktionsbolag när det gäller rutiner, beställningar, avtalskontrakt, kvalitetskontroller och leveranser. När ett avtal skrivs med ett externt produktionsbolag ingår formuleringar som säkrar att Sveriges Radio är den enda finansiären av den aktuella produktionen. Syftet är att kunna garantera att direkt eller indirekt sponsring inte förekommer.

Så fungerar dialog och information

Vid sidan av den löpande verksamheten med beställningar och inköp erbjuder Sveriges Radio en rad aktiviteter för produktionsbolagen. Några exempel:

- **Årliga möten hålls mellan företrädare för produktionsbolag och Sveriges Radios vd samt representanter för företagsledningen.** En gång per år diskuterar mötesdeltagarna gemensamma utmaningar och möjligheter.
- **Årlig bolagsdag** – Sveriges Radio bjuder in externa produktionsbolag från hela landet till en mötesdag med information och föreläsningar. 2022 års bolagsdag hölls via digitala kanaler på grund av pandemin.
- **Veckobrev med aktuell information** ger produktionsbolagen löpande uppgifter om exempelvis säkerhet under produktioner, innehållslanseringar och tekniska förändringar.
- **Föreläsningar via digitala kanaler** hålls regelbundet sedan 2021 för produktionsbolagen. Under året har temana bland annat handlat om Sveriges Radios riktlinjer inför valen till riksdag, regioner och kommuner samt om företagets musikstrategi.

- **Gratis säkerhetsutbildningar** – från och med 2023 kommer medarbetare från produktionsbolag kunna delta kostnadsfritt på Sveriges Radios säkerhetsutbildningar som förnyats och utvecklats.

Sveriges Radios roll på produktionsmarknaden

3.2 Variation i produktionsformer beskriver bredden i uppdragsformer och antalet produktionsbolag som levererar innehåll till Sveriges Radio. De största leverantörerna är Filt AB, Massa Media i Piteå AB, Munck Studios AB och Tredje Statsmakten Media

AB. Merparten av de bolag som anlitas är dock enmansföretag.

För att stimulera och bidra till framtidens produktionsmarknad runt om i Sverige möter företaget också regelbundet studenter och personal på medieutbildningar – hösten 2022 höll Sveriges Radio digitala föreläsningar för folkhögskolorna i Vara respektive Kalix.

Under pandemin begränsades möjligheterna att genomföra vissa typer av produktioner. Sveriges Radio har därför tagit fram en särskild modell för hur externa produktionsbolag ska ersättas ekonomiskt om ett arrangemang måste ställas in till följd av olika typer av säkerhetsbestämmelser i samhället i stort. ■



Tom Britton och Anna Frey hördes i "Vilse i statistiken" 2022.
Foto: Björn Dalin.

NÅGRA NYA EXTERNA PRODUKTIONER 2022

Varje år beställer Sveriges Radio nyutvecklade program- och poddformat från externa produktionsbolag. Här är några exempel från det gångna året:

**Svenska fyra
IRIS MEDIA AB**

**Vilse i statistiken
SMT MEDIEPRODUKTION AB**

**P3 AW
A-ONE PRODUKTION AB**

**OK Boomer
TREDJE STATSMAKTEN MEDIA AB**

**Zodiakens stjärnbilder
FILT AB**

**Mysteriesöndag
MUNCK STUDIOS AB**

3.4 Sveriges Radios bidrag till en livskraftig mediemarknad

• 15 / MEDELSVILLKOR

» SR ska i sin nyhetsverksamhet ta hänsyn till kvalitativa nyhetsmediers konkurrensförutsättningar, i syfte att värna en mångfald av perspektiv på en livskraftig mediemarknad. «

• 16 / MEDELSVILLKOR

» SR ska bidra till att stärka en livskraftig produktionsmarknad i hela landet «

• 21 / MEDELSVILLKOR

» Programföretagen ska på olika sätt stimulera en fortlöpande offentlig diskussion om verksamheten. «

Medelsvilkoren 15, 16 och 21 beskriver på olika sätt Sveriges Radios roll och påverkan på mediemarknaden. Företagets ambitioner utifrån dessa villkor kan sammanfattas med att företaget ska

- producera journalistik och kulturupplevelser som stimulerar till debatt och kan ligga till grund för innehåll i andra medier
- ha ett samarbetsinriktat förhållningssätt till andra aktörer på mediemarknaden
- genomföra ett stort antal aktiviteter som sammantaget ger ett betydande bidrag till en levande svensk mediemarknad och stimulerar till debatt om den egna verksamheten.

Ambitionerna är generella till sin karaktär och innebär att Sveriges Radio ska agera konstruktivt och publicistiskt ansvarsfullt i branschfrågor samt med medvetenhet om vilken verklighet andra medieföretag arbetar i. Området lämpar sig mindre bra för mer precisa och bokstavliga

tolkningar av medelsvilkorens formuleringar. Sveriges Radio tolkar inte minst formuleringen i medelsvilkor 15 att "ta hänsyn till kvalitativa nyhetsmediers konkurrensförutsättningar" som ett uppdrag att besvara på en övergripande, strategisk nivå – inte i det dagliga redaktionella arbetet. En bokstavligen tolkning skulle annars kunna vara att Sveriges Radios nyhetsredaktioner skulle avstå från viss bevakning och anpassa journalistiska beslut utifrån andra mediers eventuella behov i konkurrensen om publikens tid. Men det är inte förenligt med portalformuleringen i sändningstillståndet 2020–2025 som säger att verksamheten "ska präglas av oberoende och stark integritet och bedrivas självständigt i förhållande till såväl staten som olika ekonomiska, politiska och andra intressen och maktfäror i samhället."

Så som Sveriges Radio tolkar medelsvilkor 15 ska företaget heller inte på egen hand definiera vad ett kvalitativt nyhetsmedium är – och än mindre applicera en sådan definition på andra företag eller ta särskild hänsyn och indirekt gynna de aktörer som skulle kunna passa in under definitionen. Något krav på att definiera kvalitativt nyhetsmedium finns heller inte i vare sig medelsvilkoren eller sändningstillståndet eller i något av förarbetena som exempelvis public service utredningen eller i propositionen som ledde fram till tillstånd och villkor.¹

Vad påverkar mediemarknaden?

Formuleringarna i medelsvilkoren 15, 16 och 21 kretsar kring marknadspåverkan och Sveriges Radios roll som stor aktör på den nationella mediemarknaden. Resonemangen som ligger till grund för villkoren utgår från förarbeten som gjordes under 2010-talets andra halva.² I 1.3 Sveriges Radio i en föränderlig medievärld beskrivs hur konkurrens situationen utvecklats på globala, nationella och lokala marknader sedan dess. En allt större andel av de annonspengar som spenderas i vårt land hamnar utomlands, i huvudsak hos ett fåtal amerikanska techföretag vars tillväxt måste beskrivas som enorm.³ →



Parisa Höglund programleder *Det politiska spelet* under Poddfest Nonstop som Sveriges Radio arrangerar tillsammans med Spotify, Acast och Podplay. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Reklamtäkterna till kommersiella nyhetsjournalistiska medier har sjunkit med flera hundra miljoner kronor per år och förväntas i lågkonjuncturens spår fortsätta sjunka under 2023.^{4,5}

Samtidigt har inledningen av 2020-talet inneburit stark publik tillväxt för både public service-bolagen och de kommersiella nyhetsmedierna på digitala plattformar, och totalt sett ökade läsarintäkterna digitalt i den senare gruppen.⁶ Sverige är i dag ett av de länder i världen där störst andel av befolkningen är beredda att betala för nyheter digitalt.⁷ De grupper där flest är positiva till public service är också de grupper där flest är positivt inställda till att betala för nyheter. Det omvänta gäller likaså: den skepsis och misstro som växt i vissa grupper tycks rikta mot alla etablerade nyhetsmedier oavsett driftsform.⁸ I det avseendet delar public service-bolagen och

de kommersiella nyhetsmedierna liknande utmaningar inför framtiden.

På den ljudmarknad där Sveriges Radio finns har framväxten av företag som Spotify, Acast, Storytel med flera gjort Sverige unikt. Inget land av samma storlek torde kunna uppvisa samma omfattning av framgångsrika innovationer, nya affärsmodeller och stora kapitalinvesteringar inom ljudområdet under de senaste 10–15 åren. Till detta ska läggas en växande flora av mindre bolag som sysslar med tjänsteutveckling och innehållsproduktion inom ljudområdet.

Under 2022 sågs dock en rad trendbrott inom mediemarknaden. I 1.3 Sveriges Radio på en förändring mediemarknad kan du läsa mer om den osäkerhet som råder kring vilken den samlade effekten kommer att bli av lågkonjunktur, krympande reklamtäkter, ökade kostnader för både

hushåll och företag samt fallande aktiekurser för flera ljudbolag.

Alla ovan beskrivna rörelser visar att mediemarknaden inte är något nollsummespel. Utveckling och tillväxt hänger samman med gamla och nya aktörers förmåga och möjligheter att erbjuda innovativa tjänster och innehåll av hög kvalitet. Därutöver påverkas marknaden av ekonomiska konjunkturer och politiska beslut. Underliggande faktorer som exempelvis medborgarnas och konsumenternas utbildningsnivå, socioekonomiska förhållanden och förtroende för samhällsinstitutioner och andra aktörer spelar också stor roll för hur en nationell mediemarknad långsiktigt utvecklas.

Det svenska mediesystemet bygger på en dualism

Den kommersiella utveckling som beskrivs ovan har skett samtidigt som det funnits ett särskilt, renodlat public service-bolag för ljudinnehåll med en stabil publik position. Det svenska mediesystemet har historiskt också byggt på en dualism mellan starka kommersiella medieföretag och public service-bolagen. Jämfört med förhållanden i många andra länder präglas samtalsklimatet mellan aktörerna i hög grad av konstruktivitet och transparens vid sidan av den innehållsliga konkurrensen om publiken.

Nyskapande utbud driver marknaden

Ett viktigt mål för utvecklingen av innehållsformat inom Sveriges Radio är att vara nyskapande – begreppet återfinns såväl i sändningstillståndet som i de strategiska mål du kan läsa mer om i 1.4 Sveriges Radios mål och strategier. Genom att vara nyskapande och stimulera publik intresse för nya innehållsformat kan företaget bidra till marknadens utveckling och möjligheter för kommersiella aktörer att dra nytta av ett ökat publikintresse för olika typer av ljudinnehåll.

Sveriges Radio började under tidigt 2000-tal göra omfattande inköp av externa produktioner. Det har varit avgörande för framväxten av ljudpro-

dukionsbolag runt om i landet och starkt bidragit till att kommersiella plattformar och medieföretag som etablerat sig senare på ljudområdet haft en flora av skickliga ljudkreatörer och innehållsskapare att vända sig till.

Sveriges Radios tidiga satsningar på utbud on demand bidrog också till att många svenskar jämförlevis tidigt fick upp ögon och öron för poddlyssning.⁹ I internationella jämförelser är Sverige i dag ett av de länder som ligger högst i världen vad gäller konsumtion av poddar och strömmad musik.¹⁰ Svenska lyssnare lägger också en mycket stor andel av sin tid på de svenska alternativen bland ljudplattformar – det kan du läsa mer om i 1.3 Sveriges Radio på en förändring mediemarknad.¹¹

Egen renodling samt bidrag till mediemångfald

Vid sidan av egen löpande utveckling har Sveriges Radio sedan ett flertal år tillbaka fattat en rad strategiska beslut som renodlar företagets inriktning och dess plats i den svenska mediemångfalden. Några exempel ur den publicistiska verksamheten:

- **Ljudet i fokus.** I mitten av 2010-talet fattade Sveriges Radios ledning beslut om en strategi baserad på ljudinnehåll. Beslutet byggde på analysen att det är inom ljudinnehåll företaget kan erbjuda publiken högst kvalitet och unikt innehåll samt att det i en digital konkurrens är centralt att ha ett tydligt erbjudande. I dag utgår appen *Sveriges Radio Play* från ljud i form av nyhetsklipp, poddar och kanaler, och företaget har lagt sitt fokus på att stärka utvecklingen av ljudformat. Texter och bilder i *Sveriges Radio Play* är kompletterande verksamheter som används för att underlätta och locka till lyssning, vilket du kan läsa mer om i 4.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet. Nyhetsklipp presenteras med tre korta, punktvisa texter om innehållet i inslaget – inte med utförliga artiklar som konkurrerar med exempelvis innehållet i tidningar. →



- Stimulans av marknaden för ljudproduktion.** Sveriges Radios mångåriga arbete med omfattande inköp av externa produktioner har varit en pådrivande faktor i framväxten av svenska produktionsbolag. Företaget har också bidragit till att flera produktionsbolag kunnat etablera sig utanför landets gränser genom att aktivt introducera företagen för andra europeiska public service-bolag.

- Fri användning av Sveriges Radios innehåll.** Via ett öppet API kan företagets utbud användas fritt och bäddas in av andra mediebolag förutsatt att bolagen följer de regler som beskrivs i *4.2 Digitala plattformar*. En medieaktör kan alltså erbjuda sina lyssnare att ta del av Sveriges Radios innehåll via aktörens egen webbplats och därmed behålla användarna hos sig. Utgivarskapet står Sveriges Radio för eftersom ljudinnehållet rent tekniskt ligger kvar hos Sveriges Radio via det öppna API:et.

- Renodlat public service-utbud.** Utbudet i Sveriges Radios linjära kanaler har renodlats till innehåll som tydligt kan knytas till public service-uppdraget och de respektive olika paragraferna i sändningstillståndet. Ett exempel på renodlingen är att den hitliste-orienterade DAB-kanalen P3 Star lades ned 2019 vilket gav ytterligare utrymme på marknaden för kommersiell radio med inriktning på toppliste-musik. Musik- och evenemangsutbudens kopplingar till kulturuppdraget i sändningstillståndet har förtydligats under de senaste åren.

- Journalistik om medier.** Sveriges Radio har under många år sänt *Medierna* i P1, som produceras av det fristående produktionsbolaget *Tredje Statsmakten AB*. *Medierna* är det enda återkommande programmet för en bred publik som regelbundet granskar mediers (inklusive Sveriges Radios) innehåll och arbetsmetoder. På så sätt bidrar programmet till att sprida kunskap och medve-

tenhet om journalistik, publicistisk etik och mediers förutsättningar. Aktuella mediefrågor bevakas och debatteras också i andra nyhets-, kultur- och samhällsprogram.

- Kreddningsavtal.** Sedan ett flertal år tillbaka finns efter initiativ från Sveriges Radio överenskommelser med ett flertal kommersiella nyhetsmedieföretag vilka innebär att när ett medieföretag citerar eller vidareutvecklar nyheter från andra medier ska företaget tydligt ange den ursprungliga källan. Att ömsesidigt hänvisa till varandra på detta sätt kallas inom branschen för att kredda. Genom att Sveriges Radio kreddar tillbaka till originalinnehållet bidrar det på ett konkret sätt till ökad trafik till kommersiella kvalitetsmedier, och detta kan därför kopplas direkt till kravet i det femtonde medelsvillkoret om att ta hänsyn till kvalitativa nyhetsmediers konkurrensförutsättningar.

Samarbeten med andra mediebolag

Sveriges Radio är aktivt i mediefrågor i olika intresseorganisationer och samarbetar även med andra typer av branscher. Några exempel:

- Utgivarna.** Sveriges Radio är ett aktivt och drivande medlemsföretag i intresseorganisationen Utgivarna som värnar yttrandefriheten och slår vakt om den oberoende journalistiken. Här ingår också *Tidningsutgivarna (TU)*, *Sveriges Tidskrifter*, *SVT*, *UR* och *TV4*-gruppen.
- Det medieetiska systemet MO-MEN.** Sedan 1 januari 2020 ingår Sveriges Radio i det gemensamma medieetiska systemet MO-MEN (*Medieombudsmannen* och *Mediernas Etiknämnd*) och samarbetar på så vis kring medieetiska frågor med andra aktörer inom den svenska mediebranschen. Systemet beskrivs i *3.5 Publicistiskt ansvar och granskning av innehåll*. →

3.4.1 Citeringar av Sveriges Radio i andra medier

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Sveriges Radio lokalt	38 255	41 468	41 217			
Ekot	29 085	25 075	21 109			
Enbart Sveriges Radio	14 824	12 389	10 960			
Radiosporten	4 267	4 054	3 402			
Kulturnytt	2 452	2 989	2 574			
Vetenskapsradion	1 548	2 273	2 812			
P1-morgon	1 053	904	932			
Ekots lördagsintervju	641	794	878			
Studio Ett	484	609	438			
Sameradion	337	405	230			
Sverigesradio.se	36	18	19			
Radio Sweden	17	7	86			
Ekonomiekot	140	281	112			
Sisuradio/SR Finska	4	0	11			
TOTALT	93 143	91 266	84 780			

84 780

gånger citerades Sveriges Radio
i andra medier under 2022.

Källa: Retriever januari 2023. I tabellen betyder "Enbart Sveriges Radio" de gånger när Sveriges Radio citeras utan koppling till en speciell redaktion eller ett program.

- Kommersiella radiobolag.** Sveriges Radio samarbetar sedan lång tid tillbaka med kommersiella radiobolag när det gäller mätningar av lyssning på linjär radio. 2017 lanserades också *Poddindex* där lyssning på poddar mäts via unika enheter enligt en metod framtagen av Sveriges Radio i samarbete med Acast, Bauer Media och dåvarande MTG Sverige. Gemensamma mätstandarder bidrar bland annat till transparens och jämförbarhet på annonsmarknader.
- Undersökningsföretag och forskningsprojekt.** Sveriges Radio finansierar och är delaktig i större undersökningar, och företaget delfinansierar exempelvis SOM-undersökningen från SOM-institutet (undersökningsorganisation med inriktning på samhälle, opinion och medier vid Göteborgs universitet), Mediebarometern från Nordicom (ett centrum för medieforskning vid Göteborgs universitet) samt *Ungdomsbarnometern*. Resultat från dessa undersökningar utgör en mycket viktig grund för forskning och offentlig diskussion om mediers roll i samhället. Sveriges Radio bistår också så långt det är möjligt med kunskaper och underlag till forskningsprojekt vid universitet och högskolor.
- Radioakademien.** Sveriges Radio är en mycket aktiv del i *Radioakademien* vars arbete i hög grad handlar om att arrangerar det årliga branscheevenemanget *Guldörat*. 2022 gjordes en större satsning på att utveckla evenemanget med såväl seminarier och debatter som en prisutdelningsgala. *Radioakademien* är en ideell förening som drivs tillsammans med kommersiella radioföretag, streaming- och poddtjänster samt produktionsbolag och andra intressenter i syfte att stimulera kunskaps- och erfarenhetsutbyten inom ljudbranschen.

- Poddfest Nonstop.** Sveriges Radio arrangerar en livesänd poddfestival inför publik, och den sänds i samarbete med Spotify, Acast och Podplay.

Diskussion om den egna verksamheten

Sveriges Radio är delaktig i ett antal arrangemang där företaget på olika sätt samarbetar med andra svenska medieaktörer och samtidigt bidrar till offentlig diskussion om den egna verksamheten. Några exemplen:

- Seminariet och offentliga debatter.** Sveriges Radio arrangerar seminarier och evenemang som till exempel #srfrukost med olika infallsvinklar på medier, medieforskning, medieetik och andra viktiga publicistiska och publika frågor. Vid #srfrukost inbjuds och medverkar i princip alltid ett flertal företrädare för kommersiella nyhetsmedier från olika delar av landet.
- Temavällar för olika samhällssektorer.** Sveriges Radio bjuder regelbundet in representanter från olika delar av samhället till särskilda temavällar. På så sätt kan företaget stimulera till debatt om Sveriges Radios verksamhet genom att berätta om public service-uppdraget och vilket utbud som finns för den sektor som är tema för kvällen. Samtidigt får företaget mer kunskap om de områden som deltagarna representerar. Några teman under 2022 var idrott, kultur, vetenskap och forskning, beredskap samt barn och ungdom – i det sistnämnda fallet deltog organisationer med koppling till de fem nationella minoritetsspråken.
- Fria ordets dag.** Tillsammans med SVT, UR och regionala tidningshus arrangerar Sveriges Radio *Fria ordets dag* där sjätteklassare får lära sig mer om journalistik,

tryck- och yttrandefrihet och källkritik. *Fria ordets dag* startade ursprungligen i Växjö 2016 som ett regionalt samarbete mellan P4 Kronoberg, Smålandsposten, SVT Nyheter Småland och Region Kronoberg och finns nu över hela landet. 2021 utvecklades *Fria ordets dag* till ett digitalt evenemang vilket gett fler skolor möjlighet att delta. Under 2023 kommer *Fria ordets dag* byggas ut och dessutom arrangeras i en version för niondeklassare samt bland annat knytas till program- och poddverksamhet. Du kan läsa mer om detta i 6.3 *Barn och unga*.

Samarbeten med ekonomisk innehörd

Vid sidan av de publicistiska beslut, samarbeten och arrangemang som beskrivits tidigare har Sveriges Radio också några riktlinjer med konkret ekonomisk innehörd för andra medieföretag:

- Annonsköp i andra medier.** Sveriges Radio avsätter varje år en begränsad budget för extern marknadsföring. En stor del av dessa resurser investeras i annonsering hos svenska kommersiella medieaktörer.
- Gratis säkerhetsutbildningar.** Andra nyhetsmedieföretag och produktionsbolag

får erbjudande om att låta medarbetare delta kostnadsfritt på Sveriges Radios säkerhetsutbildningar. På initiativ från Sveriges Radio förekommer också samarbeten kring andra frågor inom HR och säkerhet.

Under 2022 har också ett samarbete mellan medieföretag, branschorganisationer och utbildningsinstanser inletts med målet att få fler unga att söka sig till landets journalistutbildningar. Samarbetet leds av *Utgivarna*, som är en intresseorganisation för svenska publicister där bland annat Sveriges Radio är medlem, och syftet är att identifiera och initiera aktiviteter för att stärka bilden av yrkets olika möjligheter och av journalistikens betydelse för demokratin.

Bidrag till debatt och nyhetsförmedling

Ett mått på bidraget till samhällsdebatt och nyhetsförmedling är hur ofta andra medier citerar Sveriges Radio, vilket företaget *Retriever* bevakar på uppdrag av SR. Som du kan se i tabellen 3.4.1 har antalet citeringar minskat något över tid vilket följer en nedgång i den totala mängden artiklar i Retrievers databaser. ■

¹ Regeringens proposition (2018/19:136, s. 68) inför tillståndsperioden 2020–2025 slog endast fast att ”Ett viktigt mediepolitiskt mål är att garantera mångfald. En kombination av starka oberoende public service-företag och en mångfald av kvalitativa kommersiella nyhetsmedier med högt förtroende hos allmänheten är grunden för en välfungerande mediemångfald.”

² T.ex. utredningen Ett oberoende public service för alla – nya möjligheter och ökat ansvar (SOU 2018:50).

³ Statista, 2021. Siffror baserade på finansiella rapporter från Google/Alphabet, Facebook/Meta m.fl.

⁴ Journalistik & Reklam. En studie av reklamtäkter hos svenska medier med samhällsjournalistiskt innehåll under åren 2008–2022. Institutet för reklam- och mediestatistik (IRM) på uppdrag av Institutet för mediestudier, augusti 2021.

⁵ Reklam- och medieprognos 2022–2023, Institutet för reklam- och mediestatistik (IRM), 25 november 2022.

⁶ Medieutveckling 2022–Medieekonomi. Myndigheten för press, radio och tv (MPRT), oktober 2022.

⁷ Reuters Institute Digital News Report.

⁸ Misstron mot medier, Institutet för mediestudier, maj 2017.

⁹ ”Det svenska poddunderdet: ‘Längst fram i Europa’”, Svenska Dagbladet 5 juni 2021.

¹⁰ ”Global Podcast Listener Forecast 2021–2025”, insiderintelligence.com, oktober 2021 samt Statista Consumer Survey 2022.

¹¹ Lyssningsloggen, Novus på uppdrag av Sveriges Radio 2022.

3.5 Publicistiskt ansvar och granskning av innehåll

§ 12 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Sändningsrätten ska utövas opartiskt och sakligt. SR ska beakta att en vidsträckt yttrandefrihet och informationsfrihet ska råda i ljudradion. SR ska före sändning av program så noggrant som omständigheterna medger kontrollera sakuppgifter i programmet. Ämnesval och framställning ska ta sikte på vad som är relevant och väsentligt. «

§ 13 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Uppgifter som förekommit i ett ljudradioprogram ska beriktigas när det är befogat. En begäran om beriktigande ska behandlas skyndsamt. «

§ 14 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Den som har befogat anspråk på att bemöta ett påstående ska ges tillfälle till genmäle. En begäran om genmäle ska behandlas skyndsamt. «

§ 16 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska ta hänsyn till ljudradions särskilda genomslagskraft när det gäller programmens ämnen och utformning samt tiden för sändning av programmen. «

Den publicistiska etiken är en grundpelare i Sveriges Radios programverksamhet. Medarbetare och publicistiskt ansvariga chefer ägnar bland annat mycket tid åt diskussioner och etiska bedömningar inför publiceringar som kan vara känsliga. Sveriges Radio genomför också varje år en rad interna utbildningar och seminarier om medieetik samt hantering av ärenden hos de granskande instanserna. I den redaktionella vardagen är bestämmelserna i sändningstillståndet centrala. Det gäller inte minst sponsringsregler och den så kallade demokratibestämmelsen i radio- och tv-lagen som slår

fast att Sveriges Radio "ska se till att programverksamheten som helhet präglas av det demokratiska statskickets grundidéer och principen om alla mänskors lika värde och den enskilda människans frihet och värdighet".¹

Sedan 1 januari 2020 granskas innehållet i två medieetiska system:

- granskningssämnden för radio och tv (GRN), en självständig nämnd inom Myndigheten för press, radio och tv som prövar inslag som sänds i marknätet
- det branschgemensamma systemet som kallas Medieombudsmannen (MO) där Mediernas Etiknämnd (MEN) kan besluta om en publicering ska klandras för att ha brutit mot god publicistisk sed.

Prövningar av granskningssämnden

Lyssnare som anser att ett program eller ett visst inslag bryter mot regler i radio- och tv-lagen eller sändningstillståndet har möjlighet att göra en anmälan till granskningssämnden för radio och tv.

Under 2022 fälldes följande åtta inslag av granskningssämnden:

- Sameradion fälldes för osaklighet för en uppgift om polisens uppklaringsprocent vid brott där renar skjutits illegalt.
- Kulturnytt fälldes för osaklighet i ett inslag om kulturarvet i Etiopien i anslutning till konflikten i Tigray.
- P4 Extra fälldes för partiskhet för ett inslag med en expert från Totalförsvarets forskningsinstitut (FOI) om för- och nackdelar med ett svenska Nato-medlemskap.
- Studio Ett fälldes för partiskhet till följd av bristande bemötande under en diskussion om rysk desinformation i kriget i Ukraina.

- Studio Ett fälldes för partiskhet i ett inslag om dokumentärfilmen "Sabaya" efter att filmens regissör inte fått bemöta all kritik som framfördes.
- Ring P1 fälldes för att ha brutit mot bestämmelsen om mediets genomslagskraft efter att en person som ringt in uttalat sig negativt om invandrare utan att detta bemöttes tillräckligt av programledaren.
- P4 Extra fälldes för otillbörligt kommersiellt gynnande av det sociala nätverket Instagram efter att ha uppmärksammat en utmaning till följare på en influerares konto.
- P3 Hiphop, R'n'b och Soul med Sihel fälldes för otillbörligt kommersiellt gynnande efter hänvisningar till programledarens Instagram-konto.

Som framgår i tabell 3.5.1 Antal ärenden i granskningssämnden har det totala antalet ärenden och fällningar legat på relativt jämn nivå under de senaste åren. Antalet fällningar bör även ses i

3.5.1 Antal ärenden i Granskningssämnden

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Anmälningar	498	533	409			
Ärenden	410	420	456			
Fällningar	6	5	8			
Frianden med kritik	0	0	0			
Ej avgjorda yttrandeärenden	2	6	5			

Kommentar: Siffrorna innefattar det antal anmälningar som inkommit, de ärenden som påbörjats, de yttranden som avgjorts med fällningar eller frianden med kritik mellan 1 januari och 31 december 2022. I respektive siffra för ärenden, yttranden, fällningar eller frianden med kritik kan det finnas inslag som sänts eller anmänts redan under 2021. Detta beror på att det går att anmäla ett inslag upp till tre månader efter att det har sänts samt att handläggningstider för ett ärende kan sträcka sig över årsskiften. Inslag från 2022 som anmäls och/eller behandlas under 2023 kommer att ingå i redovisningen för 2023.

relation till att Sveriges Radio under ett år sänder omkring 120 000 timmar radio i marknätet.

Anmälningar av program

Ibland anmäls ett och samma program av flera personer ungefär samtidigt, till exempel efter ett uppdrag i sociala medier. Under 2022 fick de här två programmen flest anmälningar:

- Studio Ett fick 13 anmälningar gällande ett inslag där Sveriges Radios reporter sade att Krim var "ryskt territorium" i ett samtal om explosioner på en rysk militärflygbas i augusti. Granskningssämnden begärde yttrande av Sveriges Radio som redogjorde för den rättelse som programbolaget hade gjort av den felaktiga uppgiften. Programmet friades mot bakgrund av detta beriktigande.
- Radio Swedens nyheter på somaliska anmäldes av nio personer för att felaktigt ha översatt ett uttalande som KD:s partiledare Ebba Busch gjort i Ekots lördagsintervju. →



Ordet "islamister" översattes till "muslimer". Eftersom Radio Swedens somaliska utbud endast tillhandahålls digitalt faller det, vad gäller sändningstillståndets bestämmelser, utanför granskningssämndens prövning och ärendet avskrives därmed på formella grunder. Det inträffade togs på stort allvar av Sveriges Radio som vidtog åtgärder som beskrivs i 6.5 Minoritetsspråk.

Sveriges Radio får ta del av alla anmälningar som kommer in till granskningssämnden. När ett program anmäls bedömer kansliet på *Myndigheten för press, radio och tv* (MPRT) anmälan och begär in en kopia av programmet från Sveriges Radio. Nämnden begär därefter i vissa fall att företaget ska yttra sig i ett ärende. I de fall Sveriges Radio yttrar sig är det vd som företräder programföretaget.

Prövningar av MO-MEN

Sedan 1 januari 2020 har Sveriges Radio varit anslutet till det medieetiska systemet som kallas *Medieombudsmannen* (MO). Från den 1 januari 2021 är det *Medieombudsmannen* och *Mediernas Etiknämnd* (MEN) och inte granskningssämnden som prövar frågan om en publicering från Sveriges Radio inneburit ett intrång i privatlivet. Alla publiceringar oavsett plattform kan prövas i det nya medieetiska systemet som alltså innehåller publiceringar i sociala medier, på [sverigesradio.se](#), på *Sveriges Radio Play* och i FM/DAB. MO prövar anmälningar som gäller oförsvarlig publicitetsskada för en enskild person. Det kan bland annat handla om

- uppgifter som kränker den enskildes integritet
- oriktiga uppgifter om en enskild som leder till skada
- uppgifter om en enskild person som leder till skada och som denne inte har fått bemöta
- genrebilder som blir missvisande eller där någon förekommer i ett sammanhang som denne inte valt

- bilder som kan leda till publicitetsskada, t. ex. bilder från olyckor eller bilder på brottsoffer.

Inom Sveriges Radio är handläggningen av ärenden från MO densamma som för ärenden från granskningssämnden. En skillnad är dock att Sveriges Radio enbart får ta del av de anmälningar som MO begärt att programbolaget ska yttra sig över. När Sveriges Radio har yttrat sig beslutar MO om ett ärende ska hänskjutas till MEN som kan klandra programbolaget för att ha åsidosatt eller brutit mot god publicistisk sed.

Under 2022 har Sveriges Radio klandrats vid två tillfällen av MEN:

- P4 Dalarna fälldes för att ha orsakat en fotbollstränare en oförsvarlig publicitetsskada i en granskning av rasismen inom fotbollen i länet. I inslaget användes en del av en inspelning av ett telefonsamtal med tränaren som i sammanhanget kunde uppfattas särbehandla barn med utländsk bakgrund. Tränaren gavs inte möjlighet att bemöta kritiken.
- Sameradion fälldes för att ha orsakat en namngiven polis en oförsvarlig publicitetsskada i ett nyhetsinslag om renskjutningar och hatbrott. Sveriges Radio ansågs därigenom ha åsidosatt god publicistisk sed.

Sveriges Radio har vid sidan av detta ärende också fått yttra sig vid ett ytterligare tillfälle till MO. Det ärendet avskrives dock av MO som inte ansåg att anmälaren lidit en oförsvarlig publicitetsskada. I tabellen 3.5.2. kan du se antalet ärenden, yttranden och fällningar för Sveriges Radio sedan 2020.

Detta sker vid en fällning

I granskningssämnden kan ett program frias, fällas eller frias med kritik. En fällning ska, när granskningssämnden i sitt beslut förelägger Sveriges Radio detta, meddelas i radion genom en så kallad pliktsändning. Pliktsändningen skickas sedan in till nämnden. →

3.5.2 Antal ärenden till MO-MEN

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Anmälningar	28	34	35			
Yttranden	2	3	2			
Fällningar	0	0	2			
Pågående hänskjutning till MEN	0	1	0			

Kommentar: 32 ärenden avskrevs direkt av Medieombudsmannen (MO) under 2022. Tre ärenden är öppna vid årsskiftet. Ett avskrivningsärende angående P4 Gotland har överlagts till Mediernas Etiknämnd (MEN) under 2022. Det har friats av MEN. Sveriges Radio har under 2022 yttrat sig över inslag i P4 Gotlands nyheter och Sameradios nyheter.

En av grunderna för fällning är otillbörligt kommersiellt gynnande som utgår från radio- och tv-lagens paragraf om att program inte får "uppmuntra till inköp eller hyra av varor eller tjänster eller innehålla andra säljfrämjande inslag" eller "framhäva en vara eller en tjänst på ett otillbörligt sätt". Om Sveriges Radio fälls för otillbörligt gynnande kan GRN också vända sig till Förvaltningsrätten i Stockholm och ansöka om att Sveriges Radio ska betala en särskild avgift. När nämnden avser att göra detta ska det meddelas i samband med beslutet om fällningen.

Sveriges Radio tillämpar också de publicistiska reglerna på plattformar som inte omfattas av sändningstillståndet. Det innebär bland annat att företaget publicerar information om fällningar digitalt där det fällda programmet eller inslaget finns för lyssning.

Om Sveriges Radio klandras av Mediernas Etiknämnd för att ha orsakat en enskild person oförsvarlig publicitetsskada ska klandret publiceras i anslutning till det som fälts. I dessa fall ska den fällda publiceringen identifieras eller avpubliceras så att publicitetsskada inte längre föreligger.

Vid klander i MEN utgår en på förhand fastställd avgift som ska betalas av det medieföretag som fälts. MEN:s beslut ska även publiceras där det finns en likartad publik. Ansvarig publicistisk chef utformar tillsammans med juridikavdelningen det som ska läsas upp och/eller publiceras digitalt och tar ställning till om publiceringen ska tas bort eller anonymiseras för att publicitetsskadan inte ska bestå. Om artikeln eller inlägget ligger kvar ska

Sveriges Radio ange att publiceringen har klandrats. Beslutet ska publiceras med en länk eller hänvisning till MO:s webbplats.

Sveriges Radio följer alltid upp en fällning i granskningssämnden eller hos MO-MEN vid ett internt möte där vd, programdirektör, berörd ansvarig chef och programmedarbetare går igenom beslutet. På mötet diskuterar deltagarna vilka slutsatser de kan dra av beslutet och om redaktionen behöver förändra några arbetsrutiner till följd av fällningen. Sveriges Radio använder också principiellt intressanta ärenden i företagets interna utbildningsverksamhet och på särskilda seminarier där bland annat ansvariga utgivare deltar.

Rättelser och genmälen

Begäran om beriktigande (i vardagligt tal ofta kallat rättelse eller förtydligande) eller genmäle (svar) kommer i de flesta fall in till Sveriges Radio via e-post. När någon hör av sig gör ansvarig utgivare tillsammans med redaktionen en bedömning av om Sveriges Radio ska göra ett beriktigande eller ett genmäle. Företaget gör även beriktigande på eget initiativ när redaktionen upptäcker att något har blivit fel i en sändning. Begäran om beriktigande kan även komma genom en anmälan till granskningssämnden om bristande saklighet. Nämnden skickar anmälningar till kanalen eller redaktionen som omedelbart kan ta ställning till ett eventuellt

beriktigande. Bestämmelserna om beriktigande och genmäle framgår i sändningstillståndet och 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. I de fall redaktionen beslutar att inte lämna ett genmäle hänvisar Sveriges Radio vidare till granskningssämnden.

Utbildning och erfarenhetsutbyte

Sveriges Radios medarbetare får kunskap om bestämmelserna som reglerar programverksamheten genom

- **grundutbildningar** för olika redaktioner och yrkesgrupper
- **introduktionskurser** för nya medarbetare och praktikanter där tyngdpunkten ligger på sändningstillståndet och aktuella medieetiska frågor
- **löpande utbildningar** om programregler i kurser för chefer och programmedarbetare
- **boken Sveriges Radios programregler** som bland annat innehåller en tolkning av granskningssämndens praxis samt beskrivningar av det medieetiska systemet MO-MEN och dess publiceringsregler
- **Public service-handboken och Sociala medier-handboken** vilka delas ut till alla anställda samt till externa bolag som en del av avtal som gäller produktionsläggning.

Public Service-handboken gavs ut i en ny och omarbetad upplaga sommaren 2022, och Sociala medier-handboken uppdateras löpande. Beslut från granskningssämnden eller MO-MEN diskuteras återkommande på konferenser, i publicistiska samtal och på möten med medarbetare och chefer (däribland Programmenhetens chefsforum). Information om fällningarna lämnas även på företagets intranät.

Under 2022 har Sveriges Radio kunnat hålla såväl fysiska som digitala utbildningar inom programjuridik och medieetik i större omfattning än under pandemin. Nya medarbetare och praktikanter får ta del av introduktionskurser om regelverket och medieetiken. Under året höll juridikavdelningen också ett flertal skräddarsydda utbildningar för redaktioner. Många av dessa utbildningstillfällen var i hög grad inriktade på frågor om det medieetiska systemet MO-MEN och publicitetsskador för enskilda. Sveriges Radio har även hållit utbildningar med fokus på valet 2022 och de särskilda valriktlinjer som företaget implementerar varje valår. Utöver detta har utbildningarna varit inriktade på kraven som ställs på programmedarbetare i direktsändning.

Sveriges Radio håller också externa utbildningar för att ge externa produktionsbolag förutsättningar att skapa program efter de regler som gäller.

// Sveriges Radio tillämpar också de publicistiska reglerna på de plattformar som inte omfattas av sändningstillståndet.

När företaget granskas i medier

Som public service-företag och en av landets publiskt sett största medieaktörer är det naturligt att Sveriges Radio granskas och debatteras med jämna mellanrum – det kan gälla allt från om hur företaget har gjort enskilda publiceringar till arbete på övergripande nivå. När Sveriges Radio granskas i andra medier är det självklart viktigt att företagets egna redaktioner rapporterar om frågan på ett opartiskt och självständigt sätt. I Public service-handboken finns riktlinjer och rekommendationer för hur medarbetare kan arbeta när sådana lägen uppstår. Handboken är också tillgänglig för allmänheten via sverigesradio.se. ■

¹ Enl. radio och tv-lagen 1 §, kapitel 14.

3.6 Sveriges Radio finns i hela landet

• 13 / MEDELSVILLKOR

» SR ska ha en decentralisering som skapar goda förutsättningar för självständigt beslutsfattande på regional och lokal nivå. «

Nära sex av tio medarbetare som producerar program i Sveriges Radio är stationerade på andra orter än Stockholm. I kapitedelen 6.7 *Lokalt uppdrag* kan du läsa mer om hur Sveriges Radio arbetar med att stärka bevakningen i hela landet. Sveriges Radio är regelbundet på plats i alla de 290 kommunerna i landet och gör inslag eller sänder direkt.

2022 hade företaget 684 anställda medarbetare utanför Stockholm som arbetade med nyhetsproduktion.

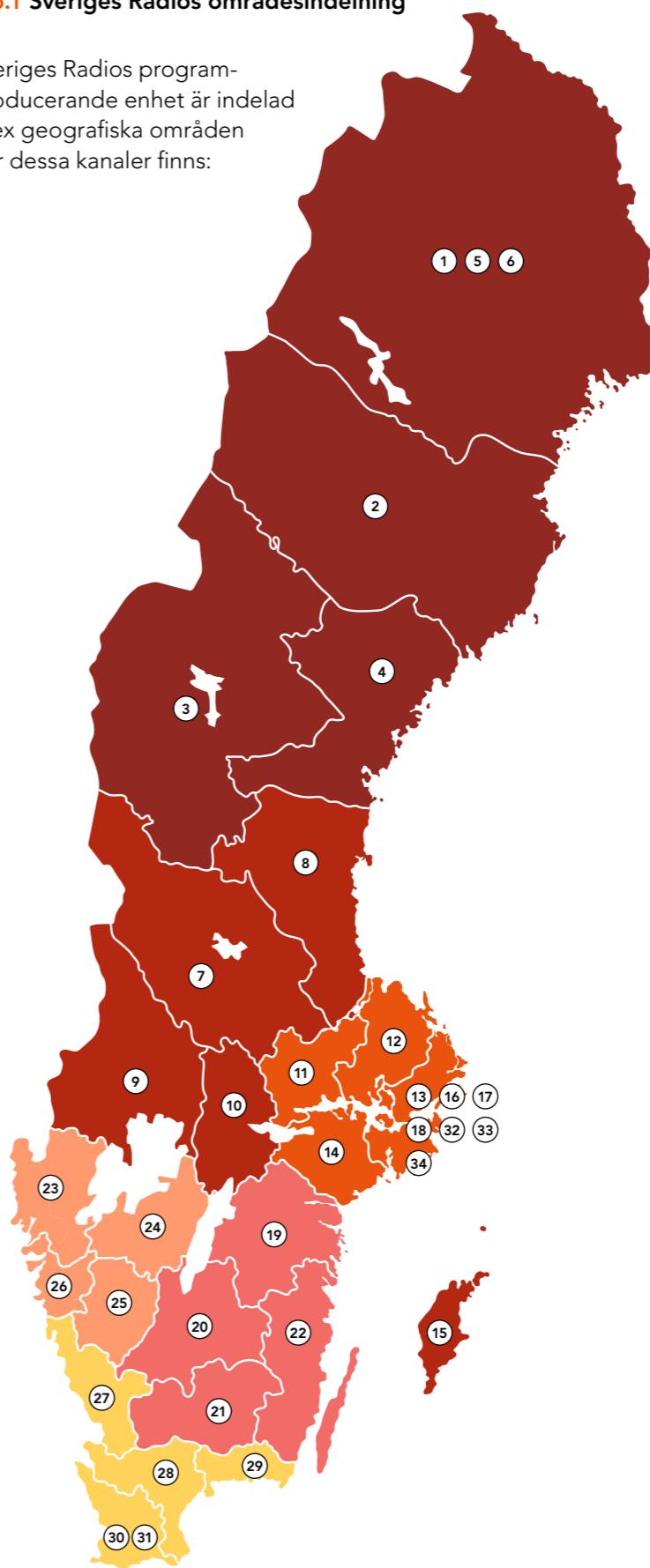
Områdesindelning och resurser

Programproduktionen är indelad i geografiska områden som inom sig rymmer lokala kanaler

» Nära sex av tio medarbetare som producerar program i Sveriges Radio är stationerade på andra orter än Stockholm.«

3.6.1 Sveriges Radios områdesindelning

Sveriges Radios programproducerande enhet är indelad i sex geografiska områden där dessa kanaler finns:



OMRÅDE NORR

1. SR Norrbotten
2. SR Västerbotten
3. SR Jämtland
4. SR Västernorrland
5. Sameradion
6. Meänraatio

OMRÅDE MITT

7. SR Dalarna
8. SR Gävleborg
9. SR Värmland
10. SR Örebro

OMRÅDE MÄLARDALEN

11. SR Västmanland
12. SR Uppland
13. SR Stockholm
14. SR Södermanland
15. SR Gotland
16. Radiosporten
17. P4 Södertälje
18. P6 Stockholm

OMRÅDE ÖST

19. SR Östergötland
20. SR Jönköping
21. SR Kronoberg
22. SR Kalmar

OMRÅDE VÄST

23. SR Väst
24. SR Skaraborg
25. SR Sjuhärad
26. SR Göteborg

OMRÅDE SYD

27. SR Halland
28. SR Kristianstad
29. SR Blekinge
30. SR Malmö
31. P3 Din Gata

GENREOMRÅDEN PLACERADE I STOCKHOLM:

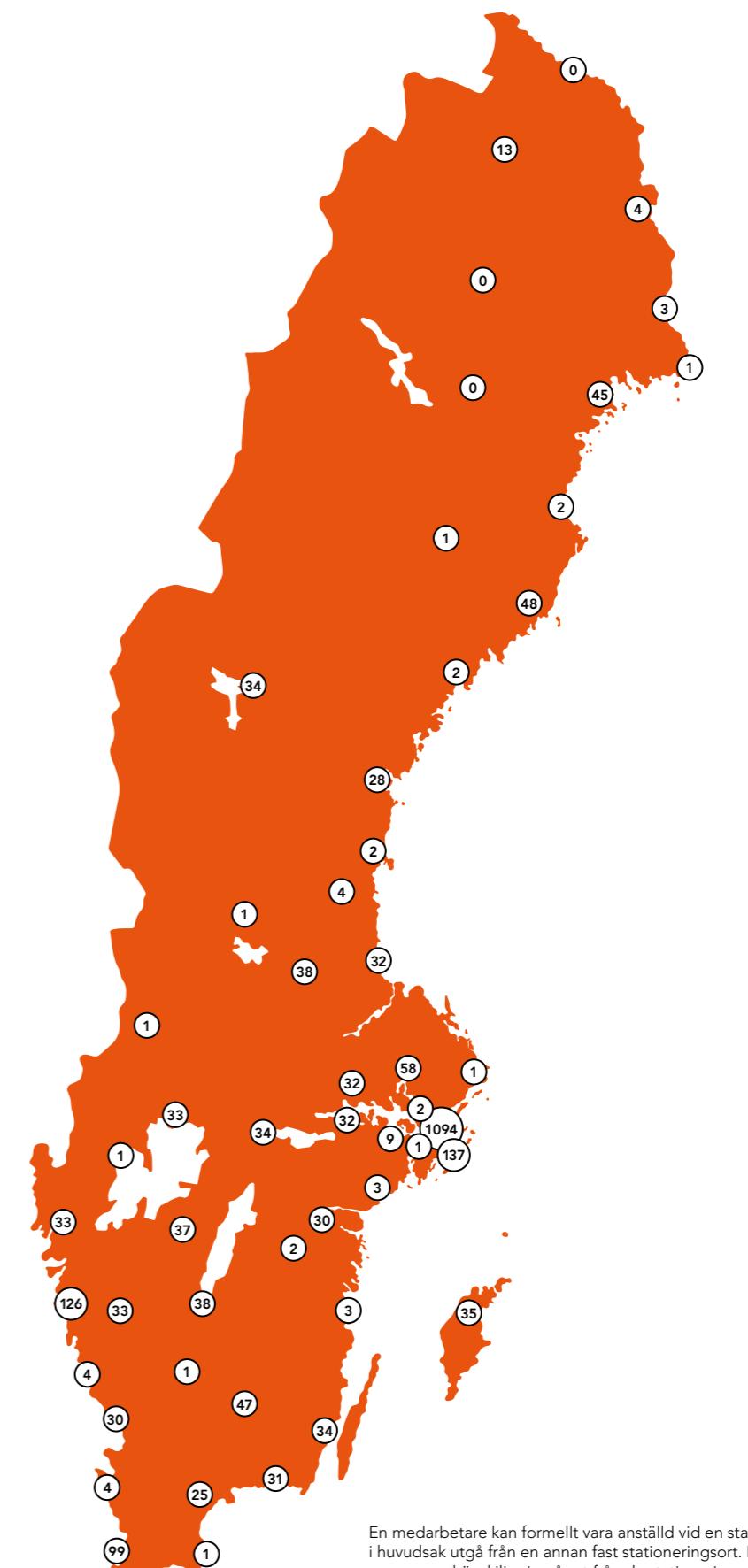
32. Ekot
33. Kultur & musik
34. SR Finska/Radio Romano

3.6.2 Antal anställda per ort december 2022¹

Ort	Antal
Malmö	99
Karlskrona	31
Kristianstad	25
Helsingborg	4
Simrishamn	1
Växjö	47
Jönköping	38
Norrköping	30
Kalmar	34
Linköping	2
Värnamo	1
Västervik	3
Göteborg	126
Uddevalla	33
Borås	33
Skövde	37
Halmstad	30
Varberg	3
Stockholm	1 094
Husby	2
Norrtälje	1
Södertälje	9
Flemingsberg	1
Berwaldhallen	137
Uppsala	58
Visby	35

2 310

Ort	Antal
Eskilstuna	32
Västerås	32
Nyköping	3
Örebro	34
Gävle	32
Falun	38
Karlstad	33
Bollnäs	4
Hudiksvall	2
Torsby	1
Åmål	1
Mora	1
Umeå	48
Luleå	45
Östersund	34
Sundsvall	28
Kiruna	16
Pajala	4
Örnsköldsvik	2
Skellefteå	2
Arvidsjaur	0
Haparanda	1
Lycksele	1
Övertorneå	3
Jokkmokk	0
Karesuando (vakant)	0

¹Antal personer, ej heltidstjänster, samtliga anställningsformer och yrkeskategorier.

En medarbetare kan formellt vara anställd vid en stationeringsort men i huvudsak utgå från en annan fast stationeringsort. Därför kan de orter som anges här skilja sig något från de stationeringsorter och kommuner som redovisas i kartan 6.7.1 i kapiteldelen 6.7 Lokalt uppdrag.

3.7 Nya tjänster och förhandsprövning

• 12 / MEDELSVILLKOR

» Nya tjänster av större betydelse och väsentliga ändringar i befintliga tjänster inom ramen för den kompletterande verksamheten som SR vill lansera ska anmälas till regeringen för godkännande [– –] Om en tjänst inte godkänns ska företaget upphöra att erbjuda tjänsten. «

• 19 / MEDELSVILLKOR

» SR ska redogöra för vilka nya programtjänster eller andra tjänster av större betydelse inom ramen för kärnverksamheten och den kompletterande verksamheten som har lanserats under året. «



3.8 Språkvård – ett viktigt ansvar för public service

§ 5 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

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

Hur språket används och utvecklas är naturligtvis avgörande för hur lyssnaren upplever kvaliteten i innehållet från Sveriges Radio. Språket i sändningar och poddar ska enligt företagets språkpolicy vara

- begripligt
- levande
- språkriktigt
- inkluderande.

Det skrivna språket (till exempel på Sveriges Radios digitala plattformar) bör, förutom punkterna ovan, följa reglerna i Svenska skrivregler, Svenska Akademien s ordlista och den interna språk databasen *Dixi*. Riktlinjerna gäller också för alla de språk SR sänder på inklusive samtliga språk som redovisas i 6.5 Minoritetsspråk.

Språkrådgivning och språk databas

Språkvård på Sveriges Radio bedrivs på flera olika sätt. Två språkvårdare ger råd och rekommendationer i språkfrågor till alla tre public service-bolagen via telefon, chatt eller e-post när det gäller uttal, ordval, formuleringar, skrivregler och andra frågor.

Språkvårdarna medverkar också på SR:s och SVT:s introduktionsutbildningar för nyanställda och kurser för nya vikarier och praktikanter.

Företagets egen språk databas *Dixi* har en central betydelse för språkrådgivningen och hjälper programmedarbetare att kunna uttala ord på rätt sätt i sändningar. Språk databasen, som uppdateras kontinuerligt, innehåller drygt 18 000 rekommendationer och i de flesta fall ljudfiler med det korrekta uttalet av ett namn eller ett ord. Vid sidan av den ordinarie verksamheten under 2022 har en moderniserad version av verktyget lanserats.

Språkvårdsarbetet under 2022 präglades bland annat av många frågor om uttal och stavning relativt till kriget i Ukraina liksom av frågor om ordval och skrivregler kopplade till det svenska valet.

Språkbrev och språkpris

Språkvårdarna ger också ut Språkbrevet fyra gånger om året och besöker redaktioner för att diskutera aktuella språkfrågor. De tar även emot lyssnarsympunkter och besvarar allmänhetens frågor om det språk som används i Sveriges Radio, SVT och UR.

Sveriges Radio delar sedan 1987 ut ett språkpriis i syfte att främja det talade språkets utveckling och stimulera intresset för språkbehandlingen i radio. Enligt stadgarna delar företaget ut priset för "föredömlig behandling av språket", och juryn består av ett antal SR-medarbetare samt en utomstående logoped. Tidigare har Sveriges Radio delat ut utmärkelsen i tre separata kategorier – från och med 2022 har dessa inkluderats i ett samlat pris för hela företaget. Årets språkpriis på 50 000 kronor tilldelades Sameradions Jörgen Heikki, som talar tre minoritetsspråk och som lärt sig nordsamiska i vuxen ålder, med motiveringen att han "rör sig över minoritetsspråkens, radions och kartans gränser och förenar ordböckens glosor med nordsamisk muntlig tradition – en utsträckt och ruskande förebild och en inspirerande återvändare av ett hotat språk". ■

3.9 Priser och utmärkelser

Under 2022 fick medarbetare på Sveriges Radio och produktioner gjorda inom företaget en rad priser och utmärkelser av olika slag.

Stora Journalistpriset

- Priset, som delas ut av Bonnier AB, tilldelades Ginna Lindberg i kategorin "Lukas Bonniers Stora Journalistpris" som enligt stadgarna "delas ut till en journalist som under lång tid visat prov på skicklighet och framstående journalistisk gärning". Medarbetare från Sveriges Radio var också nominerade i de tre kategorierna "Årets förnyare", "Årets berättare" och "Årets röst".

Prix Europa

- Vid denna festival för produktioner inom tv, radio och internet tilldelades SR Dramas medarbetare Henrik Bromander, Eva Staaf och Marie Wennersten ett särskilt hedersomnämnde för *Före-Efter: Estonia 1994* i klassen "Radio Fiction".

Guldspaden

- Föreningen Grävande journalisters pris i kategorin "Juryns särskilda pris" gick till Ulla Öhman, P4 Västernorrland, för programmet *Romansbedragare Charlie Anderson och jag*.

Radioakademins pris Guldörat tilldelades ett flertal produktioner och medarbetare från Sveriges Radio. Särskilda juryer valde ut vinnarna i de här kategorierna:

- "Årets avslöjande" – Kaliber i P1: *Farlig post – skyddade adresser avslöjas med gps-sändare*.
- "Årets dokumentär" – P3 Dokumentär: *Palmeutredningen inifrån*.
- "Årets morgonprogram" – Barnmorgon i Barnradion.

- "Årets liveradio" – Lasse Persson vid Polens gräns till Ukraina, P4 Extra.
- "Årets intervju, radio" – Lena Nordlunds intervju med Iggy Pop i Vetenskapsradion Hälsa i P1.
- "Årets fakta, radio" – P4 Dokumentär: *De bortglömda syfilisbarnen*.
- "Årets underhållning, radio" – Radiojournalen i P4 Jönköping.

Publiken röstade fram vinnarna i de här kategorierna:

- "Årets programledare, podd" – Cecilia Düringer, P3 Historia.
- "Årets programledare, radio" – David Druid, *Morgenpasset i P3*.
- "Årets podd" – P3 Dokumentär.

Vid **New York Festivals**, en tävling som uppmärksammar världens bästa radio, fick Sveriges Radio ta emot tre medaljer:

- *Före-Efter: Bulltoftakapningen 1972* från SR Drama tilldelades en guldmedalj i kategorin "Drama Podcast".
- *Stora händelser* från Barnradion tilldelades guldmedalj i kategorin "Best Children/ Young Adult Program".
- *Sommarkärlek: Banjo Baby* från Drama för unga tilldelades silvermedalj i kategorin "Best Children/Young Adult Program".

Stimgitarren delas ut av musikrättighetsorganisationen STIM till företag och organisationer som använder musik på ett genomsnitt sätt och är noggranna med rättighetsersättning till musikskapare. 2022 tilldelades Sveriges Radio priset. I motiveringen skrevs bland annat att "Sveriges Radio får årets Stimgitarr för att de med den svenska musiken i fokus och ett gediget arbete för ett mer jämställt musikliv, tar både musiken och musikbranschen på allvar."

Sveriges mest jämställda arbetsplats är en utmärkelse som årligen delas ut av Nyckeltalsinstitutet. 2022 tilldelades Sveriges Radio utmärkelsen då företaget toppade Nyckeltalsinstitutets så kallade jämställdhetsindex som baseras på faktorer som lika arbetsvillkor för män och kvinnor, lönenivåer, sammansättning av ledningsgrupper, förutsättningar för föräldraskap samt användningen av anställningsformer.

Årets stilist är en årlig utmärkelse som delas ut av tidningen Journalisten. 2022 tilldelades priset Sveriges Radios Ukrainakorrespondent Lubna El-Shanti.

Prix Ex Aequo är en internationell festival för ljuddrama som riktar sig till barn och unga och

som arrangeras vartannat år av slovakiska RTV i samarbete med EBU. I kategorin "bästa ljuddrama för unga" tilldelades Barnradion guldmedalj för serien *ILY (I Love You)*.

Priso Romanipe tilldelades Radio Romano i två kategorier för sin nyhetsförmelding under pandemin samt under krigsutbrottet i Ukraina. Utmärkelserna delas ut av bulgariska Initiative Group of Romani Culture. Redaktionens nyhetssändningar utsågs till årets bästa nyhetsradioprogram på romani chib, och Veljko Karamani fick reporterpriset för att tidigt under den ryska invasionen av Ukraina ha rapporterat ur ett romskt perspektiv. ■



Noelle Petrovic och Tekla Jensen spelar Adriana och Tea i *ILY* som belönades vid Prix Ex Aequo 2022. Foto: Astrid Mohlin.

3.10 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens

I ett modernt medieföretag är gränsen i hög grad upplöst mellan vad som är daglig produktion och långsiktig utveckling. Det senare är nödvändigt för att möta publikens förväntningar på attraktivt innehåll och förbättrade funktioner på digitala plattformar.

Gränserna mellan utveckling av innehåll, kompetens och teknik upplöses också allt mer. Tekniska landvinningar kan möjliggöra nya typer av utbud och kräver ofta också utvecklade kompetenser. Nya format och ökad efterfrågan på ett visst innehåll kan driva fram nya tekniska lösningar och förändra kunskapsbehovet. Ny kunskap och kompetens som kommer in i företaget driver i sin tur på utveckling av både innehåll och tekniska lösningar.

Hela Sveriges Radio arbetar på det sätt som beskrivs i 3.1 *Uppdrag inom Sveriges Radio*. Med företagets strategiska mål som grund formulerar alla avdelningar egna mål och genomför aktiviteter för att bidra till företagets utveckling. Ett urval av dessa redovisas löpande genom public service-redovisningen inom respektive område.

I denna kapiteldel beskrivs företagets viktigaste utvecklingsområden på en övergripande nivå.

Så utvecklas innehållet

I januari 2022 antogs en ny strategi för nyheter i Sveriges Radio med ett mycket tydligt fokus på att fortsätta utveckla nyhetsutbudet på företagets digitala plattformar. Detta kan du läsa mer om i 6.1 *Nyheter och samhällsbevakning*. Vid sidan av utveckling av nyhetsutbudet har ett antal publicistiska områden varit särskilt prioriterade 2022, och följande kommer att vara det även under 2023:

- **Utbudet på Sveriges Radio Play.** Sveriges Radios digitala ljudutbud ska vara bäst på de egna plattformarna som samtliga samlats under namnet *Sveriges Radio Play*. Utvecklingen av både innehåll och användarfunktioner har som ambition att göra *Sveriges Radio Play* till det självklara valet

för lyssnaren som vill ha nyheter, poddar och linjära kanaler från Sveriges Radio.

- **De stora frågorna.** Detta är ett flerårigt projekt under tillståndsperioden för att ta fram nya innehållsformat kring de stora samtida och framtida ödesfrågorna för världen och Sverige inom områden som ekonomi, säkerhetspolitik, vetenskap, miljö/klimat samt humaniora/samhälle.
- **Utbudet för barn upp till tolv år.** Det här är ett större arbete med att utveckla innehåll och arbetsmetoder för att nå den yngsta publiken via digitala plattformar.
- **Radiosporten.** Arbetet med att utveckla och anpassa sportinnehållet för lyssning via digitala plattformar har pågått under 2022 och kommer att fortsätta under 2023.
- **Kultur.** Under 2022 inleddes företaget ett analysarbete kring framtidens kulturjournalistiska innehåll i Sveriges Radio, och det kommer att fortsätta under 2023.
- **Det linjära utbudet.** I 2.3 *Så används och uppfattas Sveriges Radio* får du information om hur lyssnandet på on demand-innehåll ökar medan det minskar för linjär radio över tid. Alltjämt når dock Sveriges Radios linjära kanaler en mycket stor publik – cirka 7 av 10 svenska under en vecka. Under 2022 inleddes ett projekt för att analysera hur framtidens linjära utbud bäst ska tillgodose publikens förväntningar och behov.
- **Framtidens lokala utbud.** Det utvecklingsarbete som beskrivs i 6.7 *Lokalt uppdrag* fortsätter med bland annat starkt fokus på utveckling av digitalt utbud och närvaro i hela landet.

Som stöd för arbetet med att utveckla utbudet finns bland annat programutvecklare som bistår redaktioner, kanaler eller andra grupper med att →



Margret Atladottir är en av programledarna i Morgonpasset i P3, som utöver att vara en av den linjära kanalens största program publisk också regelbundet återfinns bland de 20 största titlarna på Poddindex. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

utveckla nya eller befintliga format för program och poddar. Särskilda lyssningsteam hjälper till med återkoppling och utvärdering av innehållet på redaktioner och kanaler.

I ett långsiktigt perspektiv är bland annat följande områden särskilt prioriterade i arbetet med att utveckla format och tjänster:

- **Poddar.** Sveriges Radio har en stark position på poddmarknaden vilket beskrivs i 2.3 *Så används och uppfattas Sveriges Radio*. På längre sikt handlar utvecklingsarbetet kring poddar bland annat om den position och roll som Sveriges Radio ska ha och vilket utbud företaget ska erbjuda on demand.

- **Framtidens bilar.** Redan nu är många nya bilar uppkopplade och erbjuder sina användare mängder av möjligheter till konsumtion av medier, musik och nöjen. Företaget har en rad samarbeten med olika aktörer, såväl med EBU som med bilindustrin, för att kunna vara med i utvecklingen och säkra att alla som färdas med bil på svenska vägar ska ha Sveriges Radios utbud lätt tillgängligt.

Sveriges Radio arbetar också med att utveckla utbudet och servicen för de lyssnare som använder röststyrda tjänster. Användningen av så kallade röstassistenter och smarta högtalare är ännu inte lika utbredd i vårt land som i exempelvis flera engelskspråkiga länder. För Sveriges Radio är det ändå självklart att delta i utvecklingen på det här området, inte minst för att röststyrda tjänster ser ut att få en allt mer framskjuten roll i framtidens bilar.

Så utvecklas arbetsmetoder och teknik

Sveriges Radio bedriver en omfattande verksamhet med att utveckla tekniska verktyg och arbetsmetoder. Mycket förenklat uttryckt arbetar företaget med detta för att möta behoven hos

- **lyssnarna** genom att skapa tekniska lösningar som gör företagets digitala plattformar och radiosändningar så attraktiva, tillgängliga och lättanvända som möjligt
- **medarbetarna** genom att ta fram tekniska verktyg och arbetsmetoder som ger fler medarbetare möjligheter att skapa innehåll på nya eller enklare sätt.

Som nämnts ovan ligger ett mycket stort fokus på att utveckla *Sveriges Radio Play* och tillgången till Sveriges Radios tjänster och utbud via nya uppkopplade bilmödeller och röststyrda högtalare. Vid sidan av detta pågår en lång rad arbeten för att utveckla de plattformar från företaget där lyssnare och användare tar del av innehållet.

Några exemplen:

- Tester av olika tekniska lösningar för automatisk transkribering från ljud till text. Detta utvecklingsarbete beskrivs i 6.4 *Tillgänglighet* där du också kan läsa om arbetet för att säkra god hörbarhet.
- Utvecklade metoder och tekniker för dataanalys, vilket i klartext handlar om att få bättre kunskaper om hur användarna tar del av utbudet på Sveriges Radios digitala plattformar för att företaget ska kunna utveckla innehåll, metoder och teknik som inspirerar till och underlättar lyssning.

En förutsättning för att innehållet ska kunna förynas är att medarbetarnas arbetsmetoder och tekniska utrustning också utvecklas. Ett tydligt exempel är kopplingen mellan förmågan att ge fler perspektiv i utbudet och skapa tekniska lösningar som gör det möjligt att sända när som helst och från vilken plats som helst utan att vara bunden till en studio.

Det är dock sällan dessa typer av teknik går att köpa in på ett enkelt och kostnadseffektivt sätt, om de ens finns att tillgå. Sveriges Radio

har därför under lång tid på egen hand utvecklat olika tekniska lösningar som gör det enklare att enkelt sända direkt i princip när som helst från vilken plats som helst. OB-väskor (Outside Broadcasting) och annan teknik har utvecklats löpande till att bli allt smidigare och enklare att använda, och det har varit avgörande för att Sveriges Radio i stor skala kunnat bygga ut den lokala bevakningen med tillfälliga redaktioner. Detta beskrivs närmare i 6.7 *Lokalt uppdrag*. Företaget har också utvecklat sändnings- och inspelningsteknik i bilar och minibussar för att redaktionerna i allt högre grad ska kunna arbeta på samma sätt oberoende av var medarbetarna befinner sig.

Under 2022 har Sveriges Radio fortsatt att utveckla bland annat det planerings- och textbearbetningssystemet som används på redaktionerna. På längre sikt är planen också att utveckla och införa ett nytt system för radioproduktion inom Sveriges Radio och på så sätt åstadkomma en genomgripande modernisering av den samlade tekniska utrustningen för radio- och poddproduktion. Dessa investeringsbehov drivs inte minst av att reservdelar och komponenter till den nuvarande tekniken successivt försvinner från marknaden.

Rekrytering, kompetensutveckling och fler perspektiv

SR-Akademien är centrum för Sveriges Radio kompetensutveckling och fortbildning för medarbetarna. Akademins uppgift är att bidra till att företaget ska uppfylla sina strategiska mål och stödja Sveriges Radios långsiktiga publicistiska utveckling vilket i sin tur bidrar till att göra företaget mer attraktivt som arbetsgivare. Utbudet av utbildningar ska vara så nära verksamheten som möjligt och i huvudsak utgå från digitala plattformar. Företaget arbetar också med att bygga ut samarbeten med universitet och högskolor kring den framtida kompetensen inom såväl journalistik som teknisk utveckling.

Sveriges Radio använder sig av en modell för kompetensbaserad rekrytering som ska säkerställa att alla kandidater i en ansökningsprocess bedöms enligt samma mall och kriterier och enbart utifrån kompetens. Att trygga den framtidiga kompetensen är en stor utmaning inom en rad områden, och Sveriges Radio har genomfört ett större utvecklingsarbete kring rekrytering och företagets arbetsgivarvarumärke. Bland annat har ett särskilt traineeprogram tagits fram för att utveckla sätten att rekrytera och utbilda medarbetare till redaktioner för minoritetsspråk – de som antas och anställs kommer också att kunna arbeta på lokala P4-redaktioner. Programmet sjösattes under 2022 i samarbete med Södra Västerbygdens folkhögskola.

För att lyckas speglar hela landet och säkerställa att olika perspektiv hörs i Sveriges Radio är det nödvändigt att personalstyrkan som helhet har en stor bredd av kompetenser och erfarenheter av olika kulturella och socioekonomiska verkligheter. Specialkunskaper, perspektiv, kontaktnätverk och språkkunskaper som annars saknas på redaktionerna efterfrågas i alla rekryteringer.

Under den nuvarande tillståndsperioden har Sveriges Radio sjösatt en rad projekt för att bredda perspektiven i utbud och verksamhet. Till dessa åtgärder hör till exempel bildandet av en rekryteringsavdelning, utbildningar i frågor kring kränkande särbehandling, utveckling av "tre steg mot rätt kompetens" och andra aktiviteter.

Det samlade arbetet för fler perspektiv i Sveriges Radios utbud beskrivs i 5.4 *Sveriges Radio ska speglar hela Sverige*. Inom ramen för detta projekt genomför företaget i samarbete med *SR-Akademien* bland annat utbildningar i demografianalys vilka syftar till att stärka kunskaper på redaktioner och lokala kanaler om hur deras respektive bevakningsområden ser ut och förändras vad gäller demografiska och socioekonomiska förutsättningar samt andra faktorer som påverkar levnadsförhållanden och perspektiv. ■

3.11 Beredskap och viktig information till allmänheten

§ 22 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det. «

§ 23 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska bedriva beredskapsarbete utifrån en helhetssyn som omfattar både fredstida krissituationer och höjd beredskap. SR ska utifrån en risk- och sårbarhetsanalys analysera och värdera sändningsverksamheten så att avbrott så långt som möjligt kan undvikas. [...] SR ska ansvara för att personalen får den utbildning och övning som behövs för att kunna lösa sina uppgifter i samband med fredstida krissituationer och vid höjd beredskap. «

§ 24 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR utgör en del av totalförsvaret enligt lag (1992:1403) om totalförvar och höjd beredskap. Företaget är därmed skyldigt att fortsätta sin verksamhet i krig. Om högsta beredskap råder i landet ska SR utgöra en självständig organisation med totalförvarsuppgifter och lyda direkt under regeringen. [...] SR ska så långt som möjligt kunna behålla de fredstida strukturerna vid höjd beredskap. «

Sveriges Radio är en del av totalförsvaret, och i sändningstillståndet som började gälla den 1 januari 2020 har denna roll förtydligats. Det säkerhetspolitiska läget i omvärlden har blivit allt mer allvarligt under de senaste åren, och Sveriges Radios uppdrag att nå hela befolkningen med viktiga meddelanden, krisinformation och nyheter är centralt i företagets verksamhet.

Sveriges Radio omfattas av Säkerhetsskyddslagen (2018:585) eftersom företaget bedriver verksamhet som är av betydelse för Sveriges säkerhet. I december 2021 trädde dessutom en

ny säkerhetsskyddsförordning (2021:955) i kraft vilket innebar skärpta krav på säkerhetsskydd i flera avseenden.

Beredskapsuppdraget

I linje med sändningstillståndet och på regeringens uppdrag upprätthåller Sveriges Radio reservfunktioner för att sändningar av viktigt meddelande till allmänheten (VMA), krisinformation och nyheter ska vara säkerställda. För att kunna garantera sändningar under svåra påfrestningar har företaget också ett beredskapsavtal med Teracom och MSB.

Sveriges Radio har en unik roll inom totalförsvaret, och arbetet med beredskapsuppdraget har högsta prioriteten. Samverkan och dialog med andra samhällsviktiga funktioner förstärktes ytterligare under 2022 med anledning av Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina och det successivt försämrade säkerhetspolitiska läget.

Meddelanden till allmänheten

Kopplat till sändningstillståndet finns två typer av meddelanden:

- **viktigt meddelande till allmänheten, VMA**, som regleras i särskilt avtal med *Myndigheten för samhällsskydd och beredskap* (MSB)
- det som i vardagligt tal kallas **myndighets-meddelanden**.

VMA är kärnan i Sveriges Radios beredskapsuppdrag. Navet i VMA-hanteringen utgörs av Trafikredaktionens sändningsledning. Den är bemannad dygnet runt alla dagar på året för att kunna ta emot, sända och vidarebefordra viktiga meddelanden till allmänheten. VMA används i akuta situationer för att göra människor uppmärksamma på omedelbara risker och hot. Här meddelas också åtgärder personer som berörs av meddelandet omedelbart ska vidta för att skydda liv, hälsa, egendom och miljö.



Säkerhetskurs för *Ekots* utrikesredaktion. Här syns medarbetarna Carina Holmberg och Johanna Melén agera i en arrangerad krissituation. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

Sedan 2020 finns ett avtal mellan Sveriges Radio och *Myndigheten för samhällsskydd och beredskap* (MSB) som reglerar vad Sveriges Radio är skyldigt att leverera. Det finns två kategorier av viktiga meddelanden:

- **med tyfon** där VMA genast ska sändas ut i radion
- **utan tyfon** där meddelandet ska sändas "skyndsamt" vilket i praktiken innebär inom fem–tio minuter.

VMA publiceras också på Sveriges Radios digitala plattformar.

I avtalet med MSB står också att Sveriges Radio har ett ansvar att se till att VMA även sänds i kommersiella radiokanaler och förmedlas till

andra mediebolag som SVT och TV4. Meddelandet förmedlas också till SOS Alarm, *krisinformation.se* och andra aktörer med hjälp av Sveriges Radios så kallade öppna API, vilket beskrivs i 4.2 Digitala platfformar.

Totalt sändes 36 VMA ut under 2022, vilket var i nivå med genomsnittet under de senaste åren. Sedan 2021 finns tekniska möjligheter att sända ut VMA eller myndighetsmeddelanden på riksniivå på fler sändningsorter. Avsikten med förändringen var att höja beredskapsförmågan och minska sårbarheten i organisationen för utsändningar av meddelanden. Om någon av de ansvariga sändningsorterna drabbas av tekniska problem, brandlarm eller annat som försvårar sändningar så kan en annan sändningsort omgående ta över ansvaret och säkerställa att meddelanden kan sändas ut. →

Myndighetsmeddelanden

Utöver VMA ska Sveriges Radio enligt § 22 i sändningstillståndet även sända myndighetsmeddelanden. Till skillnad från VMA behöver myndighetsmeddelanden inte sändas omedelbart.

Avsändarna i myndighetsmeddelanden kan till exempel vara kommuner som behöver informera sina invånare om att man behöver koka dricksvatten eller att det råder eldningsförbud.

Under 2022 låg det totala antalet meddelanden på i stort sett samma nivåer som under de senaste åren.

Trafikredaktionen sänder också trafik- och serviceuppdateringar i samtliga P4-kanaler vilka ingår i kategorin Service som beskrivs i 5.1 *Det breda uppdraget* och 5.3 *Programkategorier*. Framför allt handlar detta arbete om att uppdatera lyssnare om störningar inom väg- och kollektivtrafik men också att informera om samhällsstörningar som uppstått till följd av oväder, el- och tele-avbrott eller trasiga vatten- och avloppsledningar. En viktig del i detta arbete är lyssnarkontakter. Under 2022 ringdes cirka 110 000 samtal, i snitt cirka 300 samtal per dygn, in via Trafikredaktionens särskilda telefonnummer för tips från allmänheten.

Säkerhetsarbete och säkerhetsskydd

Säkerhetsfrågor är integrerade i det dagliga arbetet på Sveriges Radio, och alla medarbetare ska ha kunskap om dessa frågor. Företaget har en särskild säkerhets- och beredskapsavdelning som kontinuerligt arbetar med att stötta verksamheten om medarbetare på Sveriges Radio skulle utsättas för någon form av hat, hot eller våld. Säkerhets- och beredskapsavdelningen har också förstärkts och byggts ut markant under de senaste åren. Denna utveckling fortsatte under 2022, och Sveriges Radio kommer fortsätta att förstärka säkerhetsarbetet under 2023. Eftersom Sveriges Radio är en del av totalförsvaret omfattas företaget av lagstiftningen kring så kallat

säkerhetsskydd som bland annat syftar till att skydda säkerhetskänslig verksamhet mot spioneri, sabotage, terroristbrott och andra brott. Företaget har också genomfört väsentliga förstärkningar inom detta område.¹

Under 2022 präglades säkerhetsarbetet inom Sveriges Radio inte minst av kriget i Ukraina och dess effekter i Europa och världen. Bland annat har säkerhet och skydd för medarbetare som arbetar utomlands förstärkts, inte minst tack vare samarbeten med andra medieföretag och internationella samarbetspartner. Vid sidan av detta låg ett särskilt fokus på bland annat medarbetares säkerhet i samband med valbevakningen här hemma i Sverige. Under 2022 kunde Sveriges Radio dessutom genomföra säkerhetsutbildningar där deltagarna var fysiskt närvarande efter att denna verksamhet i hög grad fått bedrivas via digitala plattformar under pandemin.

Sveriges Radio hanterar dagligen en mängd säkerhetsrelaterade incidenter. De kan vara i form av hat, hot eller andra risker för våld mot medarbetare, men de kan också vara i form av it- och cyber-attacker eller försök till informationspåverkan utifrån. Antalet incidenter där hot och hat riktas mot det journalistiska arbetet har ökat över tid vilket också fört med sig kraftigt ökande säkerhetskostnader.

Offentlig debatt om säkerhetsarbetet

Sommaren 2022 blev VMA-hanteringen och Sveriges Radios säkerhetsarbete föremål för medial granskning och efterföljande debatt. Med anledning av detta kallades Sveriges Radio och *Myndigheten för samhällsskydd och beredskap* (MSB) till riksdagens försvarsutskott för att svara på frågor om hur företaget arbetar inom detta område.² I september 2022 bjöd Sveriges Radio in *Länsstyrelsen Stockholm*, som är tillsynsmyndighet, för att svara på frågor och visa upp verksamheten. Sveriges Radio lät också under hösten 2022 en extern aktör granska företagets it-miljö. ■

¹ 2 § Säkerhetsskyddslagen.

² Försvarsutskottets protokoll (2021/22:39), 9 augusti 2022.

3.12 Sändningskvalitet

§ 3 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska utforma sändningarna på sådant sätt att de inte bara kan tas emot av en begränsad del av allmänheten i sändningsområdet. «

§ 4 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska använda analog utsändningsteknik för sändningarna. Den tekniska kvaliteten ska vara hög. «

§ 21 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» 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. SR ska ställa höga krav på de leverantörer som anlitas för programinsamling och distribution av egensändningar. «

 Sveriges Radio har särskilda kontinuitetsplaner för att säkerställa att sändningar håller den kvalitet och stabilitet som krävs.

Sveriges Radio sänder i snitt över 330 timmar radio per dygn i marknätet. Med så stora mängder sändningstid är det ofrånkomligt att det ibland uppstår fel som kan leda till störningar och avbrott. Även om felet inte är många är det viktigt att analysera och förstå varför de uppstår så att liknande händelser ska kunna undvikas i framtiden.

Under 2022 installerade Sveriges Radio ett nytt system för hantering av ärenden där exempelvis avbrott och störningar rapporteras. Rapporteringen av driftsstörningar är nu i hög grad automatiserad. Det har lett till att åtgärder kan sättas in snabbare samtidigt som ökad effektivering eftersom rapporteringen, som tidigare till stor del behövde göras manuellt, nu sker mer automatiskt. Genom att koppla ihop olika rapporteringssystem har möjligheterna att göra snabba analyser och översikter över driftsstörningar också utvecklats.

Sveriges Radio har särskilda kontinuitetsplaner för att säkerställa att sändningar håller den kvalitet och stabilitet som krävs. Under 2022 uppdaterades kontinuitetsplanerna för riks kanalerna, och de kommer att utvecklas ytterligare både lokalt och på riks nivå under 2023.

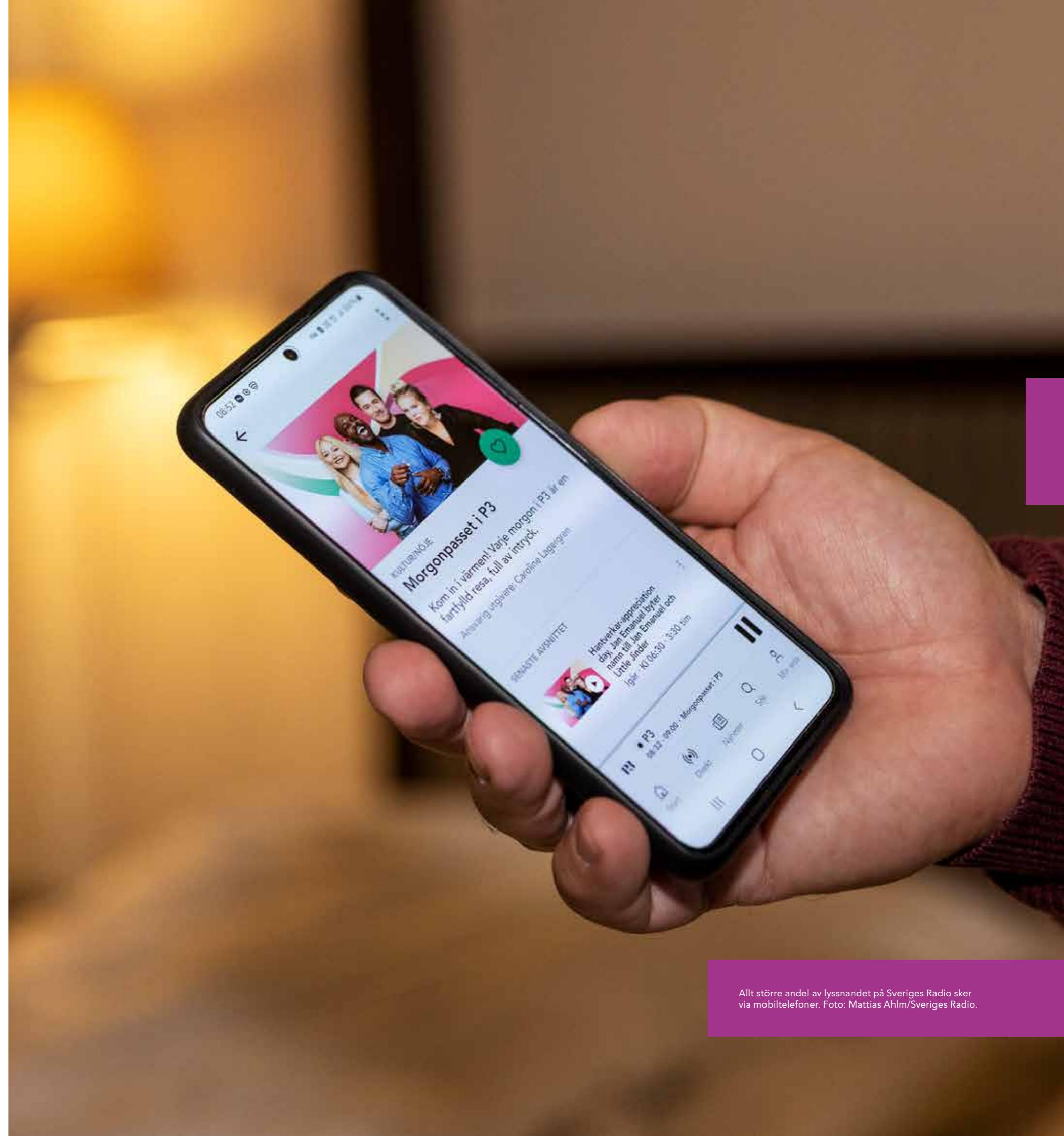
Flera lokala kanaler genomförde så kallade kontinuitetsövningar under det gångna året. Syftet med övningarna är att öka förmågan att hantera oväntade situationer och vidareutveckla rutiner och utbildningsformer. Under 2023 kommer kontinuitetsövningar hållas med återstående lokala kanaler samt med rikssända kanaler. Arbetet med att säkra stabiliteten i sändningarna och därmed förmågan att nå ut med nyheter och samhällsviktig information kan du läsa mer om i 3.11 *Beredskap och viktig information till allmänheten*.

Behovet av förändrade och förnyade arbetsmetoder till följd av pandemin har under de senaste åren drivit upp tempot i Sveriges Radios interna utveckling av nya metoder och tekniska verktyg. En effekt av denna utveckling är att den tekniska kvaliteten i sändningarna i flera fall har kunnat förbättras. ■

4. Här hittar du Sveriges Radio

Marksänd radio eller digitala plattformar?
För lyssnarna ska det vara så enkelt som
möjligt att hitta i Sveriges Radios utbud.
Oavsett när, var eller hur de vill lyssna.

- 4.1 Marksänt och annat linjärt utbud
- 4.2 Digitala plattformar
- 4.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet



Allt större andel av lyssnandet på Sveriges Radio sker via mobiltelefoner. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Radioapparater och plattformar – utbudet görs tillgängligt på många sätt

Sverige hör till de länder i världen som ligger längst fram i utvecklingen av ljudinnehåll och ljudtjänster. Utbudet av strömmad musik, poddar och ljudböcker är enormt. Här finns stora aktörer som ständigt utvecklar tjänster och nya innehållsformat, och en väldigt stor andel av befolkningen använder regelbundet en eller flera ljudtjänster. Samtidigt når traditionell linjär radio alltjämt en mycket stor publik.

Konkurrensen samspelar med publikens förväntningar på kvalitet, valfrihet och tillgänglighet. Lyssnarnas höga krav på Sveriges Radio gäller inte bara innehåll. Moderna användare förväntar sig också det ska vara så enkelt som möjligt att ta del av public service-företagets utbud – oavsett när, var eller hur de väljer att lyssna.

Det här kapitlet handlar om var och hur Sveriges Radios innehåll finns tillgängligt och hur företaget arbetar för att leva upp till kraven för

- **sändningar i marknätet**
- **egna digitala plattformar** samt principer för hur utbudet görs tillgängligt via externa tjänster
- **kärnverksamhet** som innefattar allt ljud på egna plattformar respektive kompletterande verksamhet vars syfte är att stötta kärnverksamheten.



Sveriges Radios utbud finns fritt tillgängligt i såväl marksända kanaler som på företagets egna digitala plattformar. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

• 5 / MEDELSVILLKOR

» SR:s sändningar ska kunna tas emot av allmänheten utan villkor om särskild betalning. «

• 7 / MEDELSVILLKOR

» Utbudet ska utformas på ett sådant sätt att så många som möjligt kan tillgodogöra sig tjänsterna och programmen. «

Sedan 1 januari 2020 får Sveriges Radio enligt sändningstillståndet tillgodoräkna sig ”programverksamhet som bedrivas på företagets egna plattformar på fritt tillgängliga och öppna delar av internet. Varje enskilt innehållsvillkor ska huvudsakligen uppfyllas i marknätet. Samma program ska inte kunna tillgodoräknas mer än en gång under ett år.”

Under 2022 sände Sveriges Radio strax under 121 000 timmar via marknätet. Därutöver sänds en mängd timmar i enbart internetdistribuerade kanaler och extrasändningar via Sveriges Radio Play, vilket framgår av tabellen 4.1.1. Det samlade antalet linjärt sända timmar via marknätet eller enbart digitala plattformar är i princip detsamma som föregående år.

Vid sidan av de i snitt drygt 380 linjärt sända timmarna per dygn produceras och publiceras innehåll direkt för on demand-lyssning via Sveriges Radio Play. En stor del av det innehållet sänds senare via FM-kanalerna, till exempel dokumentärer, visst innehåll på minoritetsspråk och poddar riktade till yngre målgrupper.

Sätten att publicera innehåll blir allt fler över tid. Vad som är en förstasändning eller originalpublicering är inte alls lika tydligt som förr. Gränsen mellan vad som är en omarbetad eller en helt ny version av ett material blir i vissa fall en

närmast filosofisk fråga. Till exempel kan delar av en podd sändas integrerade i ett flöde i linjär radio, och omvänt kan innehåll från en direkt-sändning klippas om till en podd. Nyhetsinnehåll för Ekot eller en lokal kanal redigeras ofta i flera varianter för att fungera i nyhetssändningar i olika linjära kanaler eller som fristående klipp i till exempel funktionen *Toppnyheter* via Sveriges Radio Play.

Det finns också skäl att tro att utvecklingen mot omarbetat innehåll i olika versioner kommer att fortsätta. I 6.3 *Barn och unga* kan du läsa om hur P3 Dokumentär under 2023 kommer att lanseras i en kortad halvtimmersång version riktad till tonårspubliken. Andra exempel finns i 6.4 *Tillgänglighet* i form av satsningen *Sveriges Radio på ett lättare sätt* som riktar sig till unga med intellektuell funktionsnedsättning – här rymts till exempel anpassade versioner av P3 Historia och nya podd-formatet P3 Nyheter på ett lättare sätt. I samma kapiteldel beskrivs också satsningen *Tydligare tal* där versioner av poddar och program ska tas fram i anpassade versioner med förändrad ljudbild för att möta behoven hos lyssnare med nedsatt hörsel.

Den här utvecklingen är nödvändig för att fler lyssnare ska få fler möjligheter att ta del av innehåll som är relevant för dem, bland annat enligt riklinjerna i medelsvillkor 7 som säger att programmen och tjänsterna ska utformas ”att så många som möjligt kan tillgodogöra sig” dem. Men en tydlig effekt är att det gradvis blir allt mer komplicerat att enligt riklinjerna i medelsvillkor 20 utforma programstatistiken ”så att jämförelser blir möjliga över tid”.

I detta kapitel redovisas sändningstid enbart för linjära sändningar med tyngdpunkt på marksända kanaler under 2022. Detta kompletteras i andra kapitel med beskrivningar av utbud som görs on demand för att nå målgrupper som i huvudsak konsumrar medier digitalt. I 5.3 *Programkategorier* beskrivs hela det innehåll Sveriges Radio valt att tillgodoräkna sig i redovisningen för 2022.

4.1 Marksänt och annat linjärt utbud

§ 1 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska samtidigt sända fyra ljudradioprogram till hela landet, varav ett även ska ha regionalt uppdelat innehåll. Att sända till hela landet innebär att minst 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen ska kunna ta emot marknätssändningar. «

§ 2 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska upplåta sändningstid för sändningar av program från Sveriges Utbildningsradio AB (UR). «

§ 3 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska utforma sändningarna på sådant sätt att de inte bara kan tas emot av en begränsad del av allmänheten i sändningsområdet. «

Lyssnandet på marksänd linjär radio minskar medan lyssnandet på poddar och nyhetsklipp via digitala plattformar ökar. Minskningen för marksänd linjär radio sker dock från mycket höga nivåer. Fortfarande lyssnar nära hälften av svenskarna på Sveriges Radios marksända kanaler under en genomsnittlig dag, vilket du kan läsa mer om i kapitel 2. *Värde* av Sveriges Radio.

Sveriges Radio bedömer också att marksänd radio i form av FM och DAB+ kommer att fortsätta spela en betydande roll under en lång tid framöver samtidigt som andra typer av ljudtjänster når allt fler användare. Det är också viktigt att komma ihåg att även om publiken kan ta del av Sveriges Radios innehåll i många olika distributionsformer har det analoga FM-nätet fortfarande en särställning. Under överskådig tid kommer FM-nätet att vara helt centralt när det gäller

¹”Sveriges Radio AB:s yttrande över Myndigheten för press, radio och tv:s två rapporter om en långsiktig hållbar kommersiell radioverksamhet”, november 2022 (Dnr:21/03668).

samhällets beredskapsförmåga och Sveriges Radios möjlighet att utföra sitt beredskapsuppdrag att nå allmänheten med viktig information vid kriser och katastrofer. Distribution via internet är inte i närheten av att vara lika effektiv som distribution via det analoga marknätet.¹

Här sänds det linjära utbudet

I FM sänder Sveriges Radio fyra rikstäckande ljudradioprogram i form av kanalerna P1, P2, P3 och P4. Inom det rikstäckande kanalutbudet sänds också program från UR utifrån överenskommelser mellan Sveriges Radio och UR.

Över 90 procent av de tre public servicebolagens samlade sändningstid för lokalt innehåll finns i P4 vilket du kan läsa mer om i 6.7 *Lokalt uppdrag*. P4 består av 25 lokala kanaler som varje vardag sänder 9,5 timmar per kanal och erbjuder ett bredd utbud av lokala nyheter, bevakning och debatt kring samhällsfrågor, lokal kultur, underhållning, sport med mera. Under helger sänds lokala nyheter. Övrig tid sänds ett riksutbud i P4. Sveriges Radio har även tillstånd för ytterligare tre lokala ljudradioprogram i FM: lokala P4-sändningar i Södertälje, P6 i Stockholm samt P3 *Din Gata* i Malmö som 2020 utvecklades till en kanal som vänder sig till åldersgruppen 13–19 år. Innehållet i P3 *Din Gata*, som lyssnarna också kan ta del av via DAB eller Sveriges Radio Play, beskrivs i 6.2 *Kultur* och 6.3 *Barn och unga*.

Sveriges Radio sänder även i DAB och DAB+ över delar av landet. I DAB-utbudet kan lyssnare ta del av bland annat *Knattekanalen* och *Sveriges Radio Finska*.

Utöver det marksända utbudet i FM, DAB och DAB+ erbjuder Sveriges Radio också ett antal linjära kanaler exklusivt på internet. *Sameradion* och *P4 Plus* sänder dygnet runt i sina respektive kanaler, och vid sidan av dessa finns särskilda utrymmen för kanaler som framför allt används för extrasändningar från främst *Ekot* och *Radiosporten*. ■

4.1.1 Total sändningstid fördelad på plattformar, timmar linjär lyssning

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
FM	108 518	107 221	106 714			
DAB	13 908	13 870	13 870			
Internetekslusiva sändningar	20 568	19 020	19 020			
TOTALT	142 994	140 111	139 604			

Kommentar: Den totala sändningstiden minskade mellan 2021 och 2022 med totalt 507 timmar i marknätet och 530 timmar totalt när även internet-exklusiva kanaler räknas in. Minskningen var till största delen en konsekvens av att rikssändningar i P4 från vinter-OS och fotbolls-VM ersatte totalt 365 lokala timmar under året. Även en så kallad kalendereffekt bidrog till minskningen: 2022 hade 53 lördagar medan 2021 hade 53 fredagar. P4:s lokala utbud sänds främst under vardagar, och kalendereffekten bidrog därfor till att antalet lokala timmar minskade med 184 jämfört med året innan.

4.1.2 Marksänd tid fördelad på plattform och sändningstyp, timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
FÖRSTASÄNDNING						
FM	97 883	97 028	96 396			
DAB	9 535	9 509	9 509			
Summa förstasändning	107 417	106 537	105 905			
PARALLELLSÄNDNING						
FM	6 082	6 012	6 038			
DAB	2 842	2 834	2 833			
Summa parallellsändning	8 924	8 846	8 871			
REPRIS						
FM	4 553	4 181	4 279			
DAB	1 532	1 528	1 528			
SUMMA REPRIS	6 085	5 709	5 808			
SUMMA FM	108 518	107 221	106 714			
SUMMA DAB	13 908	13 870	13 870			
TOTALT	122 426	121 091	120 584			

Kommentar: Den marksända tiden minskade med totalt 507 timmar främst som en konsekvens av att sportsändningar ersatte lokalt utbud vid vissa tillfällen. En kalendereffekt bidrog. Detta kan du läsa mer om under tabellen 4.1.1 Framför allt var det kategorin förstasändningar som minskade 2022 jämfört med 2021. Parallellsändningar ökade något, bland annat beroende på fler parallellsändningar för Sameradiot.

4.1.3 Marksänd tid fördelad lokalt, regionalt och riks, timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
LOKALT						
Förstasändning	82 689	81 424	80 890			
Parallellsändning	5 138	5 123	5 117			
Repris	1 767	1 763	1 772			
SUMMA LOKALT	89 594	88 309	87 779			
REGIONALT						
Förstasändning	306	305	279			
Parallellsändning	0	0	24			
Repris	0	0	0			
SUMMA REGIONALT	306	305	303			
RIKS						
Förstasändning	24 423	24 808	24 736			
Parallellsändning	3 786	3 723	3 730			
Repris	4 318	3 946	4 035			
SUMMA RIKS	32 527	32 478	32 502			
TOTALT	122 426	121 091	120 584			

Kommentar: Den totala sändningstiden minskade med totalt 507 timmar, knappat en procent, mellan 2022 och 2021. Detta var dels en konsekvens av att sändningar i P4 från vinter-OS och fotbolls-VM ersatte lokala timmar vid ett antal tillfällen, dels en konsekvens av så kallade kalendereffekter (alltså hur helgdagar infaller, då utbudet är delvis annorlunda jämfört med under vardagar). Det var i huvudsak den lokala sändningstiden som minskade 2022 jämfört med 2021, den regionala och nationella sändningstiden var i princip oförändrad.

87 779

av sändningstimmarna under 2022
utgjordes av lokalt utbud.

4.2 Digitala plattformar

• 6 / MEDELSVILLKOR

» SR ska delta i den tekniska utvecklingen av produktions- och distributionsteknik för radio. För att nå lyssnarna är det nödvändigt att kärnverksamheten distribueras på olika plattformar. Vid distribution på internet bör de egna plattformarna vara prioriterade. «

• 8 / MEDELSVILLKOR

» SR ska ha öppna och tydliga riktlinjer om hur företaget förhåller sig till distribution på plattformar som inte är SR:s egna. «

• 19 / MEDELSVILLKOR

» SR ska redovisa hur företaget arbetar för att tillämpa riktlinjerna om distribution på plattformar som inte är företagets egna. Riktlinjerna ska bifogas till redovisningen. «

Sveriges Radio erbjuder hela sitt utbud via egna och självständigt byggda digitala plattformar. Centrum för företagets digitala utveckling är Sveriges Radio Play som utöver att finnas i app-form också innehållar bland annat webbplatsen sverigesradio.se.

Via Sveriges Radio Play kan lyssnaren ta del av

- alla linjära kanaler för direktlyssning
- de senaste nyheterna
- lyssning on demand.

Ambitionen är att Sveriges Radio Play ska vara det självklara valet för de lyssnare som vill ta del av SR:s utbud digitalt. Ständig förnyelse av

Sveriges Radio Play är en del av företagets prioriterade publicistiska utvecklingsområden. Vid sidan av Sveriges Radio Play erbjuds lyssnare och användare också följande egenbyggda plattformar:

- **Webbplatsen sverigesradio.se**. Här finns hela utbudet tillgängligt för lyssning direkt eller on demand, och webbplatsen innehåller nyhetsklipp, aktualitetsinnehåll och reportage från olika ämnesområden. I de lokala P4-flödena presenteras ett urval av nyhetsklipp och inslag samt pågående sändningar för respektive lokal kanal. På webbplatsen finns också information om företagets verksamheter.

- **Appar för barn.** *Radioapan – banankalas!* och *Radioapans kojträd* vänder sig till mindre barn med sagor, sånger och spel.

- **Appar för smarta telefoner, röststydda assistenter och enklare play-appar.** Appar finns för smarta telefoner med IOS- eller Android-system. De röststydda assistenterna är *Google Home* och *Amazon Echo*, *Apple TV*, och de enklare play-apparna finns för *Samsung TV*, *Sonos högtalare* och *Universal Windows Plattform* som stöds av bland annat *Windows 10* och *Xbox One*.

I stort sett alla publiceringar som görs på plattformarna innehåller ljud. Ett undantag är till exempel VMA – viktigt meddelande till allmänheten – och akuta nyhetslägen där ljudinnehåll ännu inte hunnit produceras.

Utbud på andra aktörers plattformar

Den som vill ta del av poddar och program för efterhandslyssning från Sveriges Radio kan också gå via externa aktörer. Exempelvis länkar Apples

Podcaster och Spotify till Sveriges Radios innehåll direkt från företagets så kallade öppna API, Application Program Interface. Sveriges Radio har fortfarande den redaktionella kontrollen över det ljud som tillhandahålls, och allt programinnehåll som kan göras tillgängligt via API finns också på företagets egna plattformar och playjänster.

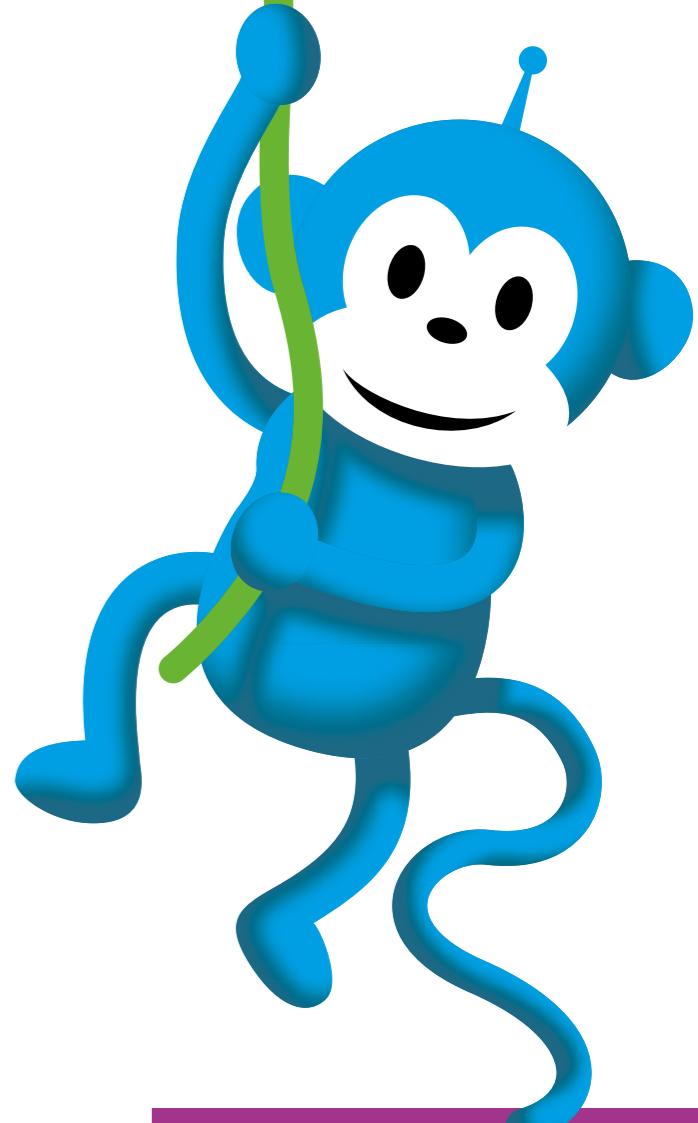
Detta "ekosystem" är unikt för ljudinnehåll och har hittills skilt sig markant från exempelvis marknaden för strömningstjänster för film och tv.

I grunden handlar det om de publikvanor som hittills varit rådande på ljudområdet. I regel förväntar sig användare att de ska hitta poddar via plattformar som de själva föredrar. Inom delar av poddmarknaden har det under de senaste åren dock blivit allt vanligare med betallösningar, och allt fler aktörer erbjuder eget innehåll som är exklusivt för de egna plattformarna.

Externa aktörer som vill erbjuda Sveriges Radios innehåll till sina användare måste göra det på ett sätt som är förenligt med SR:s uppdrag. Sveriges Radio säkerställer detta utifrån tre grundläggande principer:

- **Oberoende och trovärdighet.** Andra aktörer som använder SR:s innehåll får inte skada Sveriges Radios trovärdighet eller oberoende.
- **Redaktionell kontroll.** Sveriges Radios material får inte förvanskas eller modifieras på ett sätt som skadar Sveriges Radios trovärdighet eller oberoende.
- **Tydlighet kring SR som avsändare.** På en plattform måste det tydligt framgå vilket innehåll som kommer från Sveriges Radio.

Kraven på de externa aktörer som vill erbjuda Sveriges Radios innehåll via länkning är formulerade i ett antal villkor som finns sammanfattade i en faktaruta på nästa uppslag. Villkoren tar bland annat upp några principer som gäller följande: →



För alla barn har Radioapan två egna appar med sagor, sånger och spel: *Radioapan – banankalas!* och *Radioapans kojträd*. Illustration: Patrik Lindvall.

- **regler för användning** – hur innehållet ska användas i enlighet med upphovsrättslagen
- **avsändaren** – det tydligt ska framgå att innehållet kommer från Sveriges Radio
- **reklam** – annonsering får aldrig kopplas direkt till innehållet
- **fri tillgång** – lyssnaren ska kunna ta del av SR:s innehåll utan att behöva betala
- **tillgänglighet** – utbud från Sveriges Radio får inte missgynnas i förhållande till exempelvis den externa plattformens eget innehåll.

Villkoren är bland annat publicerade på sverigesradio.se i anslutning till information om hur det öppna API:t fungerar tekniskt. Sveriges Radio kontrollerar regelbundet att externa aktörer som erbjuder företagets innehåll följer de uppsatta villkoren.

2022 gjordes ett förtydligande av villkoren för användning av linjära kanaler vilket kräver ett skriftligt godkännande från Sveriges Radio. Sådana godkännanden ges i regel bara i undantagsfall när företaget bedömer det som nödvändigt för att nå allmänheten. Det kan till exempel gälla när det finns tekniska begränsningar i ett ljudsystem där det är omöjligt att nå publiken på något annat sätt än via en tredje part.

Under året gjorde Sveriges Radio en större översyn av hur företaget ska tillgängliggöra sitt digitala utbud i ett snabbt föränderligt medielandskap. Kunskaperna och analyserna kommer att ligga till grund för framtida strategier och uppdateras löpande. Ytterst handlar arbetet om att säkra att alla i vårt land obehindrat ska kunna ta del av utbudet från Sveriges Radio och att *Sveriges Radio Play* ska vara det självklara valet för alla som vill ta del av hela utbudet från företaget – nyheter, direktlyssning och lyssning on demand. ■

Skillnader mellan plattformstyper

I resonemang kring Sveriges Radios relation till externa plattformar är det viktigt att understryka skillnaden mellan å ena sidan distributionsplattformar för poddar och annat ljud och å andra sidan plattformar i sociala medier.

På externa ljudplattformar strömmas Sveriges Radios material från företagets egna plattformar via det öppna API:t, och Sveriges Radio har full kontroll över materialet.

På sociala medieplattformar fungerar det annorlunda. Sveriges Radio har visserligen full redaktionell kontroll över det egna innehållet där, men eftersom publiceringarna sker direkt på externa plattformar betraktas de som kompletterande verksamhet. Detta beskrivs utförligt i 4.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet.

Sveriges Radio på sociala medier

För Sveriges Radio är sociala medier ett journalistiskt verktyg snarare än en plats där företaget sänder radio. Där interagerar medarbetare på kanaler och redaktioner med lyssnarna i syfte att hitta fler röster och infallsvinklar. Företaget använder också sociala medier för att förse publiken med information om sitt utbud.

De interna riktlinjerna för hur sociala medier ska användas utgår från företagets utbudsstrategi och ingår även i det löpande utvecklingsarbetet.

I vissa fall används också sociala medier för att få kontakt med målgrupper som annars är svåra att nå. På det sättet ökar Sveriges Radio tillgängligheten för publiken.

Företaget har tagit fram en guide för journalister och andra intresserade om hur sociala medier kan användas som ett journalistiskt verktyg. *Sociala medier-handboken*, som alla kan ta del av via srsocialamedier.se, innehåller även ett kapitel om Sveriges Radios programregler i sociala medier vilka följer samma regelverk som för ljudinnehåll vad gäller exempelvis opartiskhet och saklighet. ■

Så får Sveriges Radios innehåll användas

Sveriges Radios öppna API gör det möjligt för en annan aktör att hämta poddar eller inslag från företaget. Förutsättningen är att aktören följer elva villkor som här återges i en kortare version:

1. Innehållet från Sveriges Radio får bara användas genom länkning och/eller strömning. Det får alltså inte lagras, laddas ner, kopieras eller bevaras av den tjänst som använder Sveriges Radios öppna API (detta hänger samman med upphovsrättslagen).
2. Användning av Sveriges Radios linjära kanaler får enbart ske efter ett skriftligt godkännande från SR.
3. Det ska tydligt framgå att innehållet kommer från Sveriges Radio och då får man använda företagets varumärken som finns i API:t. Grafiska riktlinjer som finns på sverigesradio.se måste följas.
4. Publiken ska enkelt kunna hitta innehållet från SR, och det får inte missgynnas i förhållande till andra innehållsleverantörers material eller plattformsföretagens eget material.
5. Innehållet (inklusive Sveriges Radios varumärken) får inte användas i marknadsföring utan Sveriges Radios godkännande.
6. Reklam får aldrig kopplas direkt till innehåll från Sveriges Radio.
7. Innehållet får användas bakom betalvägg men måste också finnas tillgängligt gratis hos tjänsten.
8. Innehållet får inte användas av en extern part för bearbetning i form av maskinlärning utan att Sveriges Radio har godkänt det.
9. Den som använder API:t accepterar också att lämna ut anonymiseraade uppgifter om personer som använder Sveriges Radios innehåll om SR begär det.
10. Innehållet får inte användas på ett sätt som riskerar att skada Sveriges Radios oberoende eller trovärdighet.
11. Villkoren för det öppna API:t kan vid behov ändras av Sveriges Radio.

På sverigesradio.se/artikel/api-villkor hittar du hela listan med villkor.

4.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet

• 2 / MEDELSVILLKOR

» Medlen ska användas för företagets kärnverksamhet. Kärnverksamheten är att producera och sända radioprogram till allmänheten, och att producera och tillhandahålla radioprogram till allmänheten på företagets egena plattformar som finns på fritt tillgängliga och öppna delar av internet. «

• 9 / MEDELSVILLKOR

» 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. «

Kärnverksamhet

I Sveriges Radios tolkning av begreppet "kärnverksamhet" ingår bland annat följande:

- **allt marksänt innehåll** från Sveriges Radios kanaler i FM och DAB
- **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** genom aktörer som länkar till innehållet direkt från Sveriges Radios öppna API.

All Sveriges Radios kärnverksamhet finns fritt tillgänglig för alla som vill ta del av den – antingen via FM eller DAB eller i form av företagets egna tjänster och plattformar. I 5.3 Programkategorier kan du läsa om hur i princip allt innehåll från

Sveriges Radio finns att lyssna på både i linjär radio och on demand i form av poddar, inslag och nyhetsklipp.

I 4.2 *Digitala plattformar* beskrivs hur lyssnare kan ta del av poddar från Sveriges Radio via aktörer som länkar direkt till ljudet från företagets öppna API. Det är en praxis som är unik för ljudmarknaden och som i grunden handlar om att anpassa tillgången till utbudet efter hur användarnas förväntningar och vanor ser ut. Denna praxis etablerades redan i mitten av 00-talet i Sverige då det saknades playtjänster från svenska ljudbolag. Publikens etablerade tidigt vanor att lyssna på poddar via andra typer av distributionsplattformar än via sajter från de respektive bolag som producerat innehållet. De här särskilda förutsättningarna är nödvändiga att ta hänsyn till i definitionen av Sveriges Radios kärnverksamhet.

Kompletterande verksamhet

Vid sidan av sin kärnverksamhet bedriver Sveriges Radio också kompletterande verksamhet. Den syftar till att utveckla och stödja kärnverksamheten och öka möjligheterna för allmänheten att tillgodogöra sig innehållet. Den kompletterande verksamheten består av följande:

- **Text, bild och rörlig bild på digitala plattformar** som kompletterar och stödjer program och poddar. Syftet är att till exempel underlätta för lyssnare att hitta det innehåll de 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. En anpassning till den digitala miljön är en förutsättning för att utbudet ska hittas, vara relevant och kunna väljas av publiken på alla plattformar.
- **Sociala medier** som används för dialog och medskapande med publiken och för att förbättra allmänhetens möjligheter att ta del av produktionen.

• Konsertverksamhet i Berwaldhallen.

Konsertverksamheten inför publik i Berwaldhallen är kompletterande verksamhet. Däremot hör musik och annat innehåll som sänds i P2 från Berwaldhallen till SR:s kärnverksamhet.

• **Julkalendern** som finns i såväl tryckt som interaktiv form. Kalendrarna är direkt kopplade till programmen och ska bidra till ett ökat intresse för att följa avsnitten.

• **Spel för barn** som finns på digitala plattformar och som har koppling till Barnradions program. Syftet är att stimulera barns intresse för programmen samt hjälpa barn och föräldrar att hitta till innehållet.

är den svenska nyhetsaktör som har det största antalet interaktioner på sitt konto på Instagram.

Att redovisa den samlade kompletterande verksamheten som en enskild del i siffror är av praktiska skäl inte möjligt. Det beror på att den kompletterande verksamheten nästan är helt integrerad med kärnverksamheten i det dagliga arbetet. Publiceringar av text och bild som underlättar lyssning via företagets digitala plattformar är journalistiska verktyg på redaktioner och kanaler. Detsamma gäller dialog med lyssnare eller inhämtande av tips via sociala medier.

Exakt hur och i vilken grad kompletterande verksamhet bedrivs varierar också mellan olika redaktioner. Arbetet utgår ifrån vilka behov, vanor och förväntningar som finns i de olika programmens målgrupper, och inrikningen anges i de uppdrag redaktionerna får från ansvariga för utbudet.

Balans mellan verksamheterna

Principen för kompletterande verksamhet är att den ska bedrivas i en sådan omfattning att den bidrar till att innehållet når ut till publiken. Bestämmelsen om att det ska råda god balans mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet tolkar Sveriges Radio som att kärnverksamheten inte ska försämras på grund av den kompletterande verksamheten. Obalans uppstår om allmänheten bedömer att kärnverksamhetens kvalitet sjunker till följd av att Sveriges Radio ägnar för mycket resurser åt den kompletterande verksamheten.

Publikens förväntningar på Sveriges Radio medför också höga kvalitetskrav på de kompletterande verksamheterna. Lyssnarna förväntar sig förklarande och intresseväckande texter och bilder i anslutning till program, poddar och klipp. En mycket stor andel av publiken förväntar sig också att kunna ha kontakt och dialog med Sveriges Radio via sociala medier. Och även användare vars hela nyhetskonsumtion går via sociala medier har rätt att kunna nå innehåll från ett oberoende och opartiskt Sveriges Radio. Ett exempel på hur företaget möter detta behov är P3 Nyheter som

Balans inom kärnverksamheten

Kravet på god balans gäller också mellan de olika delarna *inom* företagets kärnverksamhet.¹ Sveriges Radio ansvarar för hur balansen i verksamheten ska redovisas, men kravet innebär inte att företaget är skyldigt att redovisa hur mycket medel som spenderas på respektive del av verksamheten.² Sveriges Radios uppfattning är att det råder god balans inom kärnverksamheten om företaget

- **prioriterar resurserna** till de områden som allmänheten anser är viktigast
- **tillgängliggör innehållet** så att alla i vårt land kan ta del av utbudet när de själva vill.

I kapiteldelen 7.3 *Produktivitet och effektivitet* kan du läsa om hur resurserna prioriteras till de områden som allmänheten bedömer som viktigast. Sveriges Radio lägger 85 procent av resurserna på programproduktion inom nyheter, samhälle, kultur, musik samt service som exempelvis trafikinformation och viktiga meddelanden till allmänheten. ■

¹"Ett modernt public service nära publiken – villkor 2020–2025" (prop. 2018/19:136).

²Sveriges Radios public service-redovisning 2021, s. 106.

Detta är Sveriges Radios utbud

Kanaler i FM-radio

- **P1** består av talat innehåll om samhälle, kultur och vetenskap. Kanalen erbjuder nyheter och aktualiteter, granskning och fördjupning men också livsåskådnings- och livsstilsprogram samt underhållning och kulturupplevelser i form av drama och uppläsningar av skönlitteratur och lyrik.
- **P2** erbjuder konstmusik, improvisationsmusik och traditionsmusik, till exempel jazz eller världsmusik. P2 sänder också program på minoritetsspråk.
- **P3** erbjuder nyheter, samhällsjournalistik och musikjournalistik med en underhållande ton och lyfter fram nya svenska artister.
- **P4** är den lokala nyhets- och aktualitetskanalen för hela Sverige samt kanalen för sport och barnradio. I P4 presenteras nyheter, aktualiteter, kultur och livsstilsfrågor samt bred radiounderhållning i form av klassiker och nysatsningar. P4 är även kris- och beredskapskanalen som förser allmänheten med viktig information. På kvällar, nächter och helger sänds ett riksutbud.
- **P6** är Sveriges Radios flerspråkiga kanal, med musik och program på flera språk.
- **P4 Södertälje** är en underredaktion till P4 Stockholm med egna morgonsändningar över Södertäljeområdet.
- **P3 Din Gata** var fram till och med 2020 en Malmöbaserad lokal kanal för den unga publiken. 2021 gjordes den om till en hiphop-kanal för tonåringar. Den sänds fortsatt i FM över Malmö och är tillgänglig i hela landet via digitala platfformar.

DAB-kanaler

Sveriges Radio erbjuder ett antal kanaler via utsändningstekniken DAB+ som når områdena Stockholm, Södertälje, Uppsala, Göteborg, Malmö och Luleå vilka omfattar cirka 42 procent av Sveriges befolkning. Den enda kanal som fortfarande sänds med den äldre ljudkodningen DAB är P7 Sveriges Radio Finska. SR:s utbud i digitalradion är i nuläget är:

- **SR P1**
- **SR P2**
- **SR P3**
- **SR P3 Din Gata**
- **SR P4 Stockholm**
- **SR Knattekanalen**
- **SR P7 Sveriges Radio Finska.**

Webbkanaler

Samtliga kanaler som finns i FM (riks och lokala) samt i DAB sänds också via sverigesradio.se och *Sveriges Radio Play*. Där är P2 uppdelat på kanalerna P2 Musik respektive P2 Språk och musik. Sveriges Radio erbjuder också ett internet-exklusivt utbud:

- **Sameradion**
- **P4 Plus** – musik för målgruppen 60 år och äldre
- 17 evenemangskanaler där de flesta används av **Ekot** och **Radiosporten** för extrasändningar.

Sajt

Allt utbud från Sveriges Radio samt information från och om företaget finns att tillgå via webbplatsen.

- sverigesradio.se
(för dator, surfplatta och smart telefon)

Appar

- **Sveriges Radio Play.**
Play för iOS finns även för Apple Watch, Apple TV och Apple CarPlay.
- **Melodikrysset**
- **Radioapans banankalas**
- **Radioapans kojträd.**

Sveriges Radios appar är gjorda för operativsystemen iOS och Android. SR Play finns även för Xbox, Windows 10, Hololens och Windows-mobil (uwp).

Röststyrda assistenter och andra plattformar

Sveriges Radio finns på röststyrda assistenter som Google Home och Amazon Alexa och på andra plattformar som Sonos.

API

Via öppet API (Application Programming Interface) kan den som vill bygga egna tjänster med innehåll från Sveriges Radio. Detta kan du läsa mer om i 4.2 Digitala plattformar.

Robert Frank är en av programledarna i nattprogrammet *Vaken i P3 & P4* som kan höras i två kanaler i FM och DAB samt via Sveriges Radios digitala plattformar. Foto: Daniel Stigefelt/Sveriges Radio.



5. Ett utbud för alla

En bredd i innehåll och många olika perspektiv är en förutsättning för att Sveriges Radio ska kunna vara en angelägenhet för alla i vårt land.

- 5.1 Det breda uppdraget
- 5.2 Folkbildning
- 5.3 Programkategorier
- 5.4 Sveriges Radio ska spegla hela Sverige
- 5.5 55-procentsmålet



I augusti 2022 tog Anna-Charlotta Gunnarsson och Annika Jankell över folkkära Melodikrysset i P4. De efterträdde då Anders Eldeman som i många år lett programmet. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Så arbetar Sveriges Radio för att säkra bredden i både utbud och perspektiv

§ 5 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

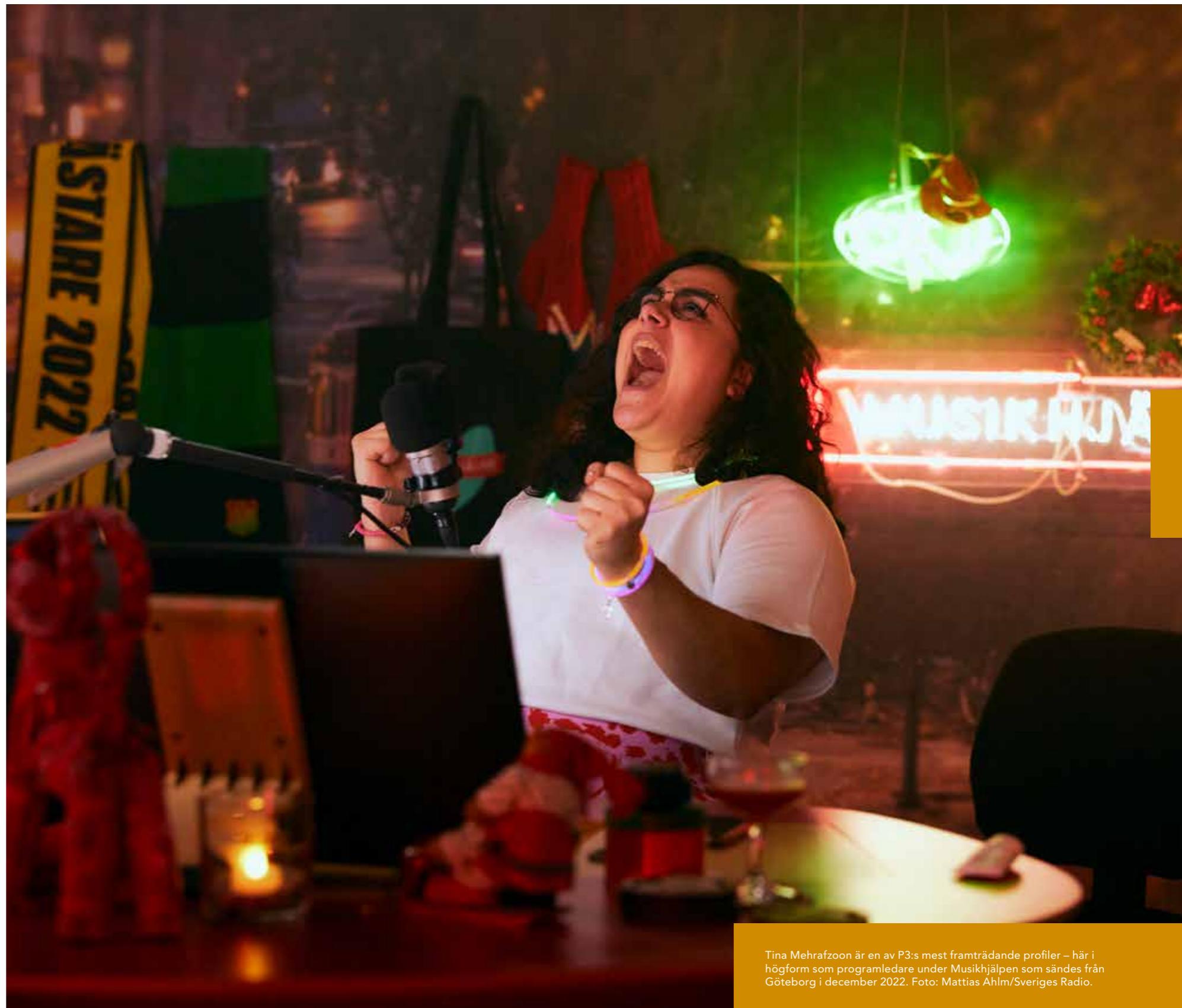
» SR ska erbjuda ett mångsidigt programutbud som omfattar allt från det breda anslaget till mer särpräglade programtyper. I detta ligger att tillhandahålla ett varierat utbud på det svenska språket.

Programutbudet ska som helhet bedrivas utifrån ett jämfärdhets- och mångfaldsperspektiv samt utmärkas av hög kvalitet och nyskapande form och innehåll. «

Sveriges Radio är till för alla i vårt land och företagets ambition är att alla ska kunna hitta något i utbudet som intresserar och tilltalat dem. Sveriges Radio eftersträvar också största möjliga bredd i speglingen av kunskaper, perspektiv och erfarenheter från olika delar av samhället.

Detta kapitel beskriver hur Sveriges Radio på olika sätt arbetar med att utveckla bredden i det utbud som erbjuds och de perspektiv som hörs i linjära kanaler och i utbudet on demand. Här redovisas hur företaget

- erbjuder breda program som samlar stora lyssnargrupper
- förmedlar kunskap och folkbildning genom exempelvis publikmöten och interaktivitet
- fördelar mängden innehåll per programkategori
- arbetar med att säkra bredden i perspektiv så att många olika röster kommer till tals
- säkrar allmänproduktion i hela landet.



Tina Mehrafzoon är en av P3:s mest framträdande profiler – här i högform som programledare under Musikhjälpen som sändes från Göteborg i december 2022. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

5.1 Det breda uppdraget

§ 5 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Programmen ska utformas så att de genom tillgänglighet och mångsidighet tillgodosar skiftande förutsättningar och intressen hos befolkningen i hela landet. «

Att så många som möjligt hittar innehåll från Sveriges Radio som intresserar dem är avgörande för företagets roll i samhället och dess förmåga att leva upp till public service-uppdraget.

Den som lyssnar på Sveriges Radio tenderar att ha högre förtroende för företaget och upplever ett värde för samhället i högre grad jämfört med den som inte lyssnar.

En stor publik är också en praktisk förutsättning för att kunna motsvara andra krav man kanske inte automatiskt kopplar ihop med bredden i utbudet: att publiken har en vana av att lyssna på Sveriges Radio är en nödvändighet för att företaget ska kunna uppfylla sitt beredskapsuppdrag och nå ut brett med VMA, viktigt meddelande till allmänheten, samhällsinformation och nyheter. Program och poddar som drar en stor publik bidrar även starkt till att Sveriges Radio kan vägleda lyssnare till mer specialisering och nischat innehåll.

De samlande programmen

Sveriges Radios samlade utbud domineras av områden som nyheter, samhällsprogram, kultur och musik som redovisas i kapitel 6. *Särskilda uppdrag och målgrupper*.

Vid sidan av dessa utgör områden som sport, livesstil och underhållning samt service med bland annat trafik- och samhällsinformation en väsentligt mindre andel av såväl det totala utbudet som företagets kostnader. Men utbudet inom dessa områden spelar helt centrala roller i många lyssnarens vardag och är avgörande för att Sveriges Radio ska kunna vara angeläget för en bred publik.

Många av Sveriges Radios program och poddar är genreöverskridande och innehåller en blandning av programkategorier. Ett exempel är att stora delar av de sändningsvolymerna som här redovisas inom genrerna underhållning och livesstil kommer från innehållsligt breda aktualitetsblock som sänds dagtid i de olika kanalerna, riks som lokalt. I många av dessa program (som till exempel *P4 Extra*) avsätts en mindre del av sändningstiden till underhållande inslag eller livesstilsfrågor vid sidan av nyheter, samhälle, kultur och musik med mera.

När begreppet ”underhållning” ingår i programbeställningarna kan det också handla om att redaktionerna ska eftersträva ett underhållande, avslappnat och tillgängligt tilltal i program och poddar. Exempel på detta kan vara allt från *Nordegren & Epstein i P1* till *Morgonpasset i P3*.

Innehållet inom dessa genrer görs också för att nå alla och samla människor, inte för att tillfredsställa specialintressen. Program med breda anslag finns också i utbudet för särskilda målgrupper, som till exempel program med underhållning och livesstilsinnehåll på nationella minoritetsspråk.

Underhållning: En genre för alla delar av Sverige

För Sveriges Radios del handlar ”att vara underhållande” om olika saker i olika program och olika kanaler. Även kultur- eller samhällsjournalistik kan ha element av underhållning i betydelsen ”engagerande att lyssna på”. Många av aktualitetsblocken i olika kanaler, rikssända som lokala, har i uppdrag att erbjuda lyssnarna underhållande inslag. Dessa utgör den absolut största delen av sändningsvolymen inom underhållningskategorin.

Runt hälften av sändningstiden för underhållning återfinns i lokala kanaler, och 16 procent av tiden för underhållning i Sveriges Radio ryms inom sändningar på nationella minoritetsspråk. Gemensamt här är att de erbjuder underhållande och engagerande ljudinnehåll om lokala företeelser eller på något av minoritetsspråken – material →

som sannolikt få om ens några andra medieföretag skulle kunna erbjuda.

Renodlade underhållningsprogram utgör en relativt liten del av den samlade sändningstiden för underhållningskategorin och består i hög grad av klassiker som funnits i decennier i Sveriges Radio och alltjämt når en stor publik. Exempel på sådana program är *På minuten i P1*, *Ring så spelar vi och Melodikrysset i P4*.

Även rikssända aktualitetsprogram kan ha en viss andel underhållning i sina programuppdrag från kanalansvariga. Ett exempel på detta är det återkommande satirinslaget *Public Service* i P1:s helgprogram *Godmorgon världen*.

Service: Ständig uppdatering och information

I 3.11 Beredskap och viktig information till allmänheten beskrivs det mesta som ryms inom Service som programkategori. Trafikredaktionen sänder trafik- och serviceuppdateringar i samtliga P4-kanaler. Framför allt handlar det om störningar inom väg- och kollektivtrafik, men lyssnarna får också information om samhällsstörningar som uppstått till följd av oväder, el- och teleavbrott eller trasiga vatten- och avloppsledningar. Trafikredaktionen levererar även inslag kring trafik- och infrastrukturfrågor till nyhetssändningar från *Ekot* och lokala kanaler.

Trafikinformation är sedan många år tillbaka en av de typer av av innehåll som allmänheten rankar som allra viktigast och ger högst betyg enligt den årliga attitydundersökning Novus gör på uppdrag av Sveriges Radio.

Livesstil: Lyssnarens vardag i fokus

”Livesstil” är ett brett och samlande begrepp för innehåll om sådant som berör många lyssnarens vardag – till exempel fritid, hälsa, känslor och relationer. I likhet med underhållningskategorin sänds det mesta av livesstilsinnehållet integrerat i det lokala utbudet – cirka två tredjedelar av

sändningstiden finns i lokala kanaler och cirka åtta procent görs på något av de nationella minoritetsspråken.

I rikssända program med en mer renodlad inriktning mot livesstil får lyssnare ställa frågor direkt till experter inom vitt skilda fält. Programform, ton och innehåll varierar starkt beroende på kanal, målgrupp och vilket ämne som står i fokus. Kunskap inom många olika specialområden når en stor lyssnarkrets, till exempel 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 programmens innehåll, och ofta lever diskussionen om de frågor som tas upp vidare på sociala medier.

En annan typ av livesstilsprogram utgör exempelvis *Kvällspasset i P4* som i hög grad bygger på att lyssnare medverkar med sina frågor och kunskaper. Experter inom olika områden medverkar också och svarar på lyssnarens frågor. Sådana programformat kan du läsa mer om i 3.2 Variation i produktionsformer.

Under 2022 har programformatet utvecklats med samarbeten med bland annat *Juniornyheterna* och *Ekot*. Lyssnare i olika åldrar har exempelvis kunnat ställa frågor till Sveriges Radios korrespondenter i krigets Ukraina samt diskutera och dela bilder av Iran kopplat till händelseutvecklingen under hösten 2022.

|| Att så många som möjligt hittar innehåll från Sveriges Radio som intresserar dem är avgörande för företagets roll i samhället och dess förmåga att leva upp till public service-uppdraget.



Alexander Lundholm möter lyssnarna som reporter och programledare i Radiosporten och är också redaktör för podden *Radiosporten Dokumentär*. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Sport: Ett år domineras av mästerskap

Efter de pandemipräglade åren 2020 och 2021 blev 2022 ett mer normalt år i sportens värld. Samtidigt domineras de stora mästerskapen idrotten på internationell nivå. Under ett intensivt år sände Radiosporten från bland annat vinter-OS i Peking, friidrotts-VM samt fotbolls-EM för damer i England och fotbolls-VM för herrar i Qatar. I det sistnämnda fallet har Radiosporten också löpande granskat och rapporterat kring frågor om mänskliga rättigheter, demokrati och migrantarbetarnas villkor i landet.

Redaktionen satsade även på en bred bevakning av vinterupplagan av Paralympics på plats i arrangörsstaden Peking i mars – mer om detta kan du läsa i 6.4 *Tillgänglighet*.

Radiosporten når en mycket bred publik, exempelvis via Sportextra på söndagar i P4 vilket är ett av Sveriges Radios största program när det gäller antalet lyssnare. Ett annat mått på Radiosportens breda förankring i stora lyssngrupper är en mycket stor ökning av interaktioner och engagemang i sociala medier under 2021 och 2022. Redaktionen har under de senaste åren arbetat med att utveckla dialogen med publiken via sociala medier, och Radiosportens konto är det absolut största av samtliga Sveriges Radios konton på Facebook.

Radiosporten är också den sportredaktion i Sverige som har flest sändningsrättigheter vilka i stor utsträckning används för bevakning på plats. Radiosporten är dessutom i många fall det enda public service-alternativet för direktsändningar från stora mästerskap, till exempel OS. Det innebär att Radiosporten ofta är det enda alternativet för dem som vill följa vissa större sportevenemang utan extra kostnad – allt mer av direktsänd sport finns i dag annars inom strömningstjänster och tv-utbud som publiken behöver betala extra för. Radiosporten bevakar också hela sportens värld, även de idrotter som inte har samma kommersiella genomslag som de publiskt sett största sporterna.

Bredden i Sveriges Radios sportbevakning kan exemplificeras på fler sätt:

- Vid sidan av redaktionen i Stockholm har Radiosporten också medarbetare i Malmö, Halmstad, Göteborg, Skövde, Kalmar, Karlstad, Gävle och Luleå. Under 2022 upprättade Radiosporten även en tillfällig redaktion i Gällivare. I 6.7 *Lokalt uppdrag* får du mer information om tillfälliga redaktioner. Samtliga 25 lokala P4-kanaler erbjuder dessutom lokal sportbevakning som även i hög grad är integrerad i Radiosportens utbud. Under 2022 gjordes också ett arbete för att utveckla och stärka sportinnehållet i de lokala kanalernas nyhetsflöden.
- Radiosporten gör nyhetsuppdateringar under hela dagen i P1, P3 och P4 och på digitala platfformar.
- Runt tio procent av sportutbudet i Sveriges Radio görs på något av de nationella minoritetsspråken.
- Juniorsporten sänds varje söndag med fokus på ungdomsidrott och att spegla barn och ungas tankar och upplevelser kring idrott, vilket du kan läsa mer om i 6.3 *Barn och unga*.

För Radiosporten ligger ett stort fokus under de kommande åren på att utveckla innehåll och format för on demand-lyssning, vilket beskrivs i 3.10 *Utveckling av innehåll, teknik och kompetens* samt 8. *Planer för framtiden*. Sedan tidigare när Radiosporten Dokumentär publiken on demand med berättelser om människorna bakom dramatiken och spelet bakom kulisserna vid de stora idrottshändelserna. ■

5.1.1 Sport – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	2 333	2 445	2 464			
Parallellsändning	130	135	143			
Repris	33	40	40			
TOTALT	2 496	2 620	2 648			

5.1.4 Service – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	2 218	2 137	2 074			
Parallellsändning	0	0	0			
Repris	3	0	0			
TOTALT	2 221	2 137	2 074			

Kommentar: Samtliga programkategorier minskade som en konsekvens av att den totala sändningstiden minskade. Undantaget var kategorin sport som ökade till följd av sändningar i P4 från vinter-OS och fotbolls-VM. Antalet sända timmar för livsstil minskade. Detta var en följd av att programmet Karlavagnen sände färre avsnitt i P4 till förmån för vinter-OS och VM i fotboll.

5.1.2 Livsstil – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	3 906	3 745	3 563			
Parallellsändning	129	99	112			
Repris	407	393	416			
TOTALT	4 441	4 237	4 090			

5.1.3 Underhållning – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	4 915	4 666	4 604			
Parallellsändning	978	975	992			
Repris	290	283	274			
TOTALT	6 183	5 925	5 870			





2022 blev det sista hela året Thomas Nordegren och Louise Epstein ledde sin gemensamma talkshow i P1. Det sista programmet sändes från Berwaldhallen i januari 2023.
Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio

5.2 Folkbildning

§ 5 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Programutbudet ska [...] som helhet präglas av folkbildningsambitioner. «

Sveriges Radios ambition är att hela utbudet ska präglas av folkbildningsambitioner. 73 procent av de som lyssnar minst en gång per vecka instämmer i påståendet "Jag får ny kunskap genom att lyssna på Sveriges Radio" enligt den årliga attitydundersökning som Novus gör på uppdrag av Sveriges Radio. Folkbildningsambitionerna genomsyrar utbudet, och du får information om detta i bland annat följande kapiteldelar:

- I 5.3 *Programkategorier* beskrivs bland annat att större delen av det talade innehållet utgörs av nyheter, samhälle och kultur.
- I 6.1 *Nyheter och samhällsbevakning* beskrivs många titlar som är viktiga för Sveriges Radios folkbildande verksamhet, inte minst poddar som exempelvis *P3 Dokumentär* och *P3 Historia* som i hög grad når yngre lyssnargrupper.
- I 6.2 *Kultur* kan du läsa om andra folkbildande exemplen, bland annat att
 - musikutbudet och de andra genrerna också har som uppgift att sprida kunskap
 - Berwaldhallen med Sveriges Radios symfoniorkester och Radiokören har en central position i det svenska kulturlivet och gör musik och andra konstformer tillgängliga för alla oavsett var i landet lyssnarna bor
 - Sveriges Radios evenemangsverksamhet, exempelvis *P2 i Parken* och *P3 Guld* har knutits närmare kulturuppdraget efter ett utvecklingsarbete under 2022.
- I 3.4 *Sveriges Radios bidrag till en livskraftig mediemarknad* redogörs för
 - en lång rad folkbildande evenemang som Sveriges Radio arrangerar på egen hand eller tillsammans med andra medieföretag, till exempel #srfrukost och *Fria Ordets Dag* som vänder sig till sjätteklassare, och från 2023 också i en version för niondeklassare.
 - undersökningar och löpande forskning som Sveriges Radio delfinansierar. ■

5.3 Programkategorier

• 20 / MEDELSVILLKOR

» Programstatistiken ska utformas så att jämförelser blir möjliga över tid. Redovisningen ska uttrycka olika programkategoriers andel av den totala sändningstiden, när olika programtyper sänds samt resursförbrukningen för respektive kategori. «

• 19 / MEDELSVILLKOR

» Den programverksamhet på internet som SR vill ska tillgodoräknas vid uppfyllandet av uppdraget ska redovisas tydligt och utförligt. «

Så räknas sändningstid i genrer

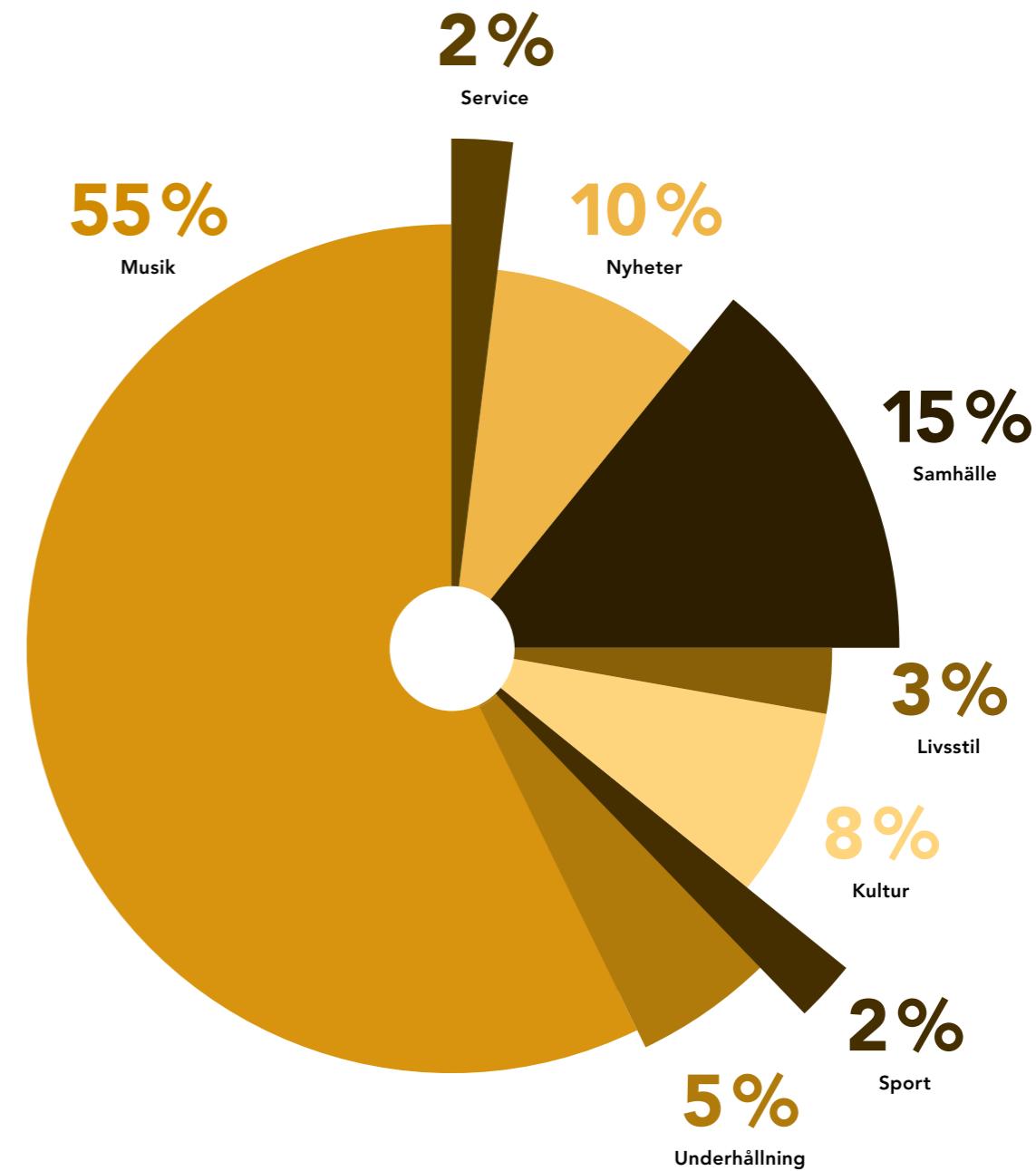
I diagrammet 5.3.1 framgår hur sändningstiden fördelar sig mellan olika programkategorier i det marksända utbudet. Varje andel är exakt lika stor som under 2021.

Större förändringar sker snarare inom kategorierna när utbudet förnyas och titlar byts ut. Det kan även ske inom uppdragene för program och poddar – ett illustrerande exempel under 2022 var Radiokorrespondenterna som efter Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina gjordes om till Radiokorrespondenterna Ryssland och inriktades helt på att ge lyssnarna analyser av kriget i Ukraina och dess konsekvenser. Detta kan du läsa mer om i 6.1 Nyheter och samhällsbevakning.

Ett program eller en podd kan också rymma flera kategorier inom sig – proportionerna anges i respektive programuppdrag. Svårigheterna med att avgränsa innehåll i kategorier blir allt större. Nya frågor blir föremål för nyhetsbevakning. Gränser mellan innehållsgenrer löses upp – inte

II Gränser mellan innehållsgenrer löses upp – inte minst vad gäller Sveriges Radios kärnområden nyheter och samhälls- och kulturfrågor.

5.3.1 Total marksänd tid fördelad på programkategorier



Kommentar: Andelarna för respektive kategori är exakt desamma som 2021.

Tillgotoräknande av programverksamhet

Med några få undantag distribueras nästan allt on demand-innehåll från Sveriges Radio också i marknätet eller via linjära kanaler som uteslutande sänds via internet. Men beroende på hur efterfrågan från publiken förändras kan detta komma att se annorlunda ut i framtiden.

För 2022 vill Sveriges Radio tillgotoräkna sig all sänd tid i marknätet (FM/DAB) och följande programverksamhet på internet:

- Internetexklusiva publiceringar på Sveriges Radios plattformar av nyheter och program på andra minoritetsspråk än de nationella. Detta innehåll presenteras i kapiteldelen

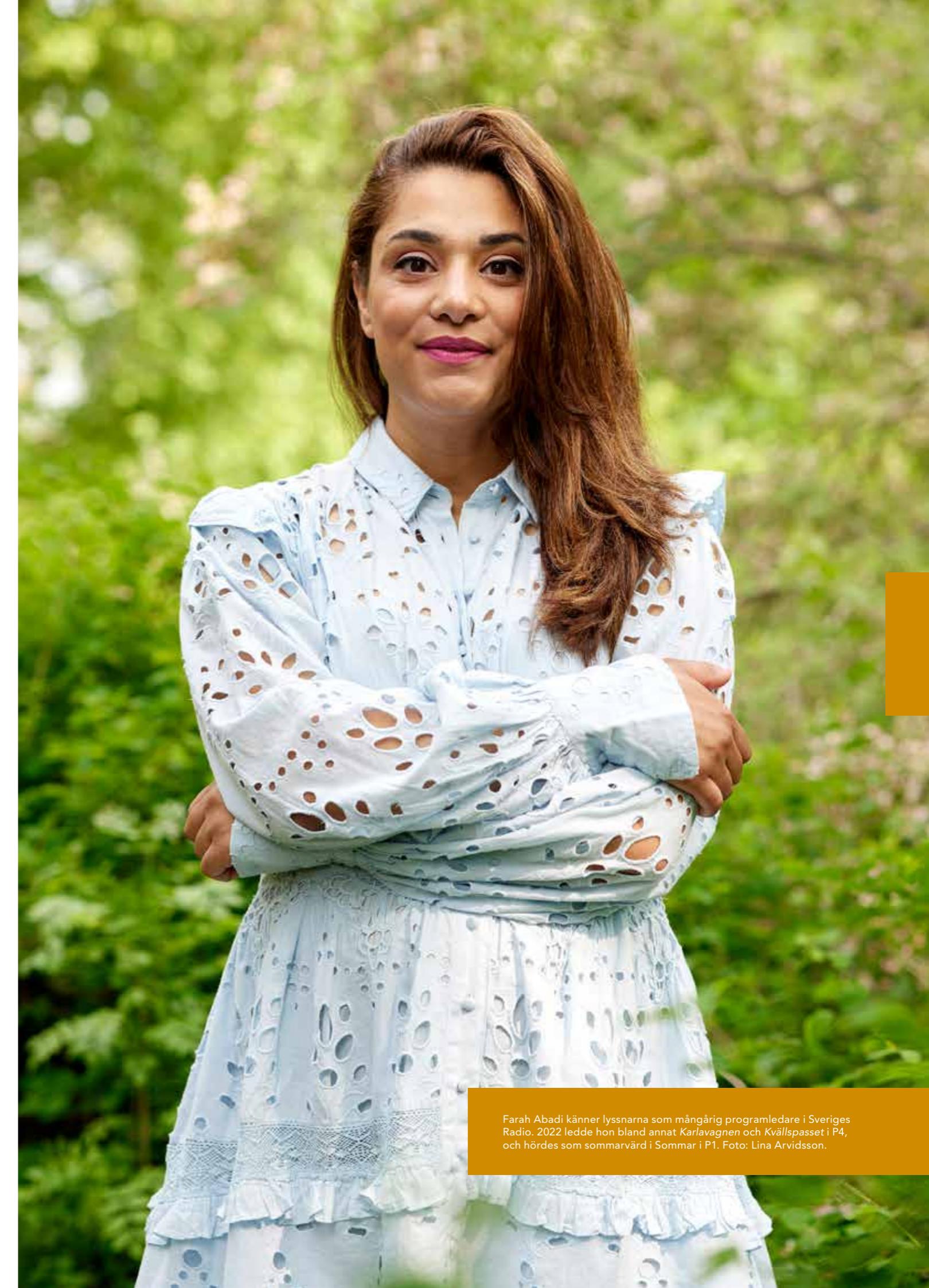
6.5 Minoritetsspråk, under rubriken *Andra minoritetsspråk*.

- Det innehåll som tillgängliggörs, anpassas eller produceras för unga med intellektuell funktionsnedsättning under namnet *Sveriges Radio* på ett lättare sätt, vilket du kan läsa mer om i kapiteldelen 6.4 Tillgänglighet. Här ingår bland annat *P3 Nyheter* på ett lättare sätt, en veckosammanfattnings av nyhetsflödet särskilt producerad för målgruppen.
- De poddtitlar eller poddavsnitt som enbart publiceras on demand och inte sänds i någon marksänd kanal under 2022, och de är *Vikingar*, *P3 Serie: Systemet* samt *P3 Krim*. ■

5.3.2 Marksänd tid fördelad på programkategori och sändningstyp

	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Förstasändning	9 969	14 159	3 563	7 994	2 464	4 604	61 078	2 074	105 905
Parallelsändning	1 640	1 372	112	723	143	992	3 889	0	8 871
Repris	288	2 391	416	1 292	40	274	1 107	0	5 808
Totalt 2022	11 897	17 922	4 090	10 009	2 648	5 870	66 074	2 074	120 584
Totalt 2021	11 945	18 034	4 237	10 106	2 620	5 925	66 088	2 137	121 091
Förändring	-47	-112	-147	-97	28	-55	-14	-62	-508

Kommentar: Samtliga programkategorier minskade som en konsekvens av att den totala sändningstiden minskade med knappt en procent (507 timmar färre 2022 jämfört med 2021). Undantaget var kategorin sport som ökade till följd av sändningar i P4 från vinter-OS och fotbolls-VM. Antalet sända timmar för livsstil minskade. Detta var en följd av att programmet Karlavagnen sände färre avsnitt i P4 till förmån för vinter-OS och VM i fotboll.



Farah Abadi känner lyssnarna som mångårig programledare i Sveriges Radio. 2022 ledde hon bland annat Karlavagnen och Kvällspasset i P4, och hördes som sommarvärd i Sommar i P1. Foto: Lina Arvidsson.

5.4 Sveriges Radio ska spegla hela Sverige

§ 5 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» 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 tillgodosör 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 meningsuttryck. «

§ 7 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Nyhetsförmedling och samhällsbevakning ska utgå från olika perspektiv, så att händelser speglas utifrån olika geografiska, sociala och andra utgångspunkter. Den journalistiska bevakningen av svagt bevakade områden ska stärkas under tillståndsperioden. «

Sveriges Radio har valt att använda perspektiv som sammanfattande begrepp för arbetet med att uppfylla sändningstillståndets krav på att programverksamheten ska

- bedrivas utifrån ett jämställdhets- och mångfaldsperspektiv
- spegla förhållanden i hela landet och den variation som finns i befolkningen
- stärka bevakning av svagt bevakade områden.

I denna kapiteldel beskrivs översiktligt hur Sveriges Radio arbetar med dessa uppdrag som är prioriterade inom företaget. Visionen för

tillståndsperioden 2020–2025 lyder ”Fler röster och starkare berättelser för en större förståelse”, och flera indikatorer för de strategiska målen återfinns inom perspektivarbetet.

Bakgrund till dagens villkor

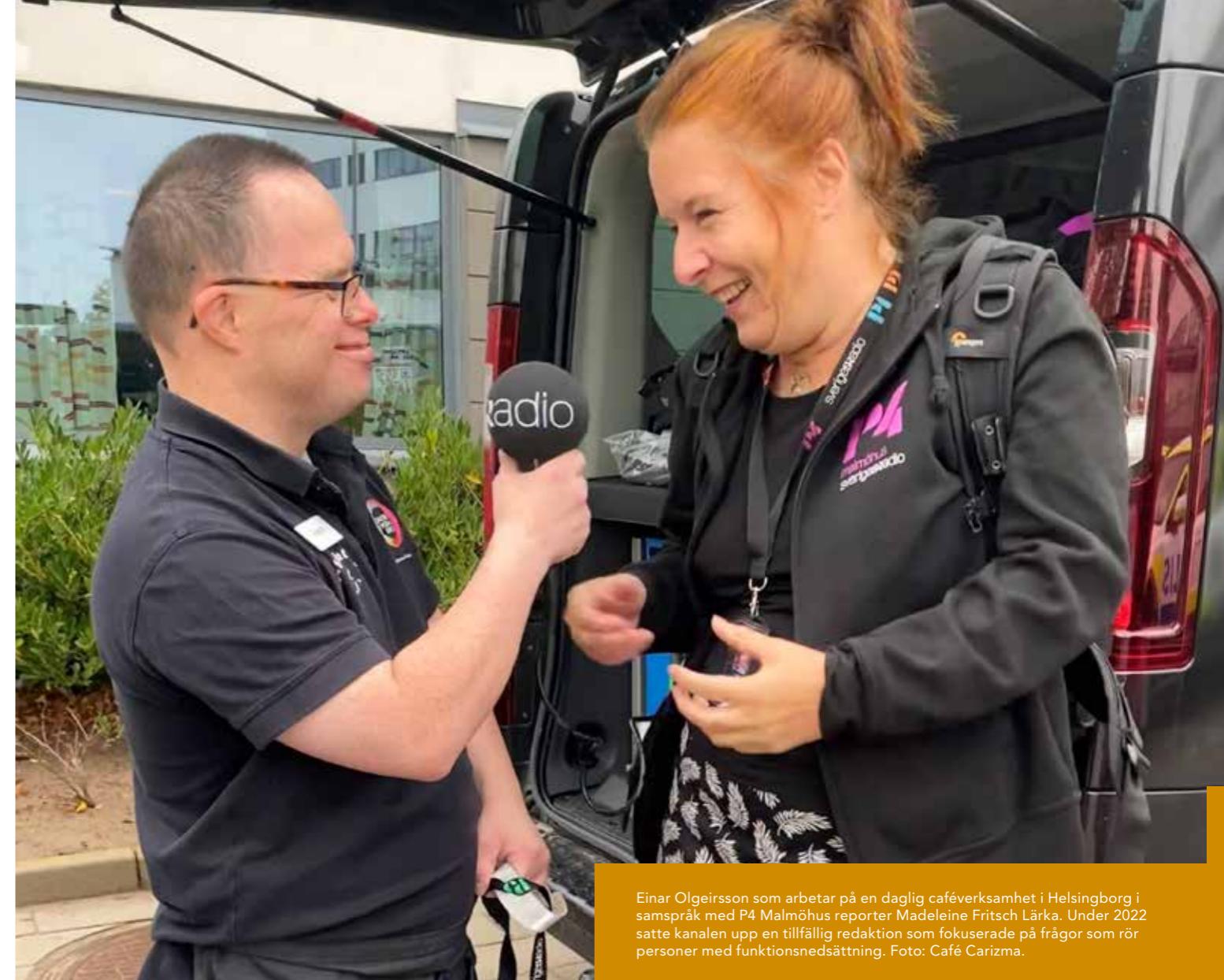
Inför nuvarande tillståndsperiod utökades uppdragena för Sveriges Radio och Sveriges Television med formuleringar i sändningstillstånden om att bevakningen av svagt bevakade områden ska stärkas.

Under 2010-talet uppstod en debatt om mediers ”vita fläckar” efter att flera dagspresskoncerner tvingats dra ner på redaktionell närväro till följd av minskade upplagor och annonsintäkter. I processen inför den nuvarande tillståndsperioden för public service fanns också en utbredd uppfattning om att bolagen hade ett särskilt ansvar att säkra att hela landet syns, hörs och skildras i radio och tv i allmänhetens tjänst.¹

Dessutom förekom en bredare samhällsdebatt om växande skillnader mellan regioner, snabb urbanisering och minskad service i glesbefolkade områden. Till det kan läggas diskussioner om segregation och mediers förmåga att skildra verkligheten i utsatta delar av storstäderna.

I regeringens proposition inför den nuvarande tillståndsperioden stod det bland annat att ”Svagt bevakade områden bör i första hand definieras geografiskt och befolkningsmässigt men kan också definieras ämnesspecifikt” samt att ”Stärkt bevakning bör ses som en del i speglingsuppdraget och ska framför allt resultera i ökad bevakning av svagt bevakade områden.”²

Granskningsnämnden bedömer först i slutet av tillståndsperioden om Sveriges Radio och SVT uppfyllt kraven på att stärka bevakningen av svagt bevakade områden. Dock har nämnden önskat att företagen redovisar fler indikatorer tidigare under tillståndsperioden.³



Einar Olgeirsson som arbetar på en daglig caféverksamhet i Helsingborg i samspråk med P4 Malmöhus reporter Madeleine Fritsch Lärka. Under 2022 satte kanalen upp en tillfällig redaktion som fokuserade på frågor som rör personer med funktionsnedsättning. Foto: Café Carizma.

Att mäta perspektiv

I bedömningen av hur Sveriges Radio klarar såväl stärkt bevakning av de ”vita fläckarna” som speglingsuppdraget som helhet bör man beakta den redan befintliga bredden av perspektiv i företagets utbud. Den journalistiska och konstnärliga verksamheten fördelar sig över cirka 140 000 timmar per år, ett 40-tal nationella och lokala kanaler samt sändningar på ett stort antal språk. Cirka 100 000 unika musiktitlar spelas under ett år, och till verksamheten hör också ett konserthus med symfoniorkester och kör.

Sveriges Radios lokala sändningar utgör över 90 procent av det totala lokala utbudet i svensk public service. Även när det gäller sändningar på nationella minoritetsspråk ligger andelen över 90 procent.

Även om det är inte är så svårt att beskriva omfattningen av Sveriges Radios mycket heterogena utbud är det ändå väsentligt svårare att utvärdera resultatet i enkla siffror. Än svårare är det att sätta detaljerade mått och mål som ska fungera i vitt skilda verksamheter. Går det att mäta bredden i perspektiv på samma sätt i krigsrapportering som i körverksamhet? Utmaningarna här liknar de som beskrivs kring tillämpningar av begrepp som produktivitet och effektivitet i kapitel 7. Så används pengarna.

Det finns också goda skäl att vara varsam med detaljerade och fasta mått för publicistiska verksamheter som har till uppgift att skildra samhället. Medierna i sig transformeras snabbt och nya innehållsformat uppstår. En föränderlig omvärld kräver hela tiden nya journalistiska perspektiv och frågeställningar som inte självklart låter sig →

rymmas i statiska mått och modeller för att kvantifiera journalistiskt innehåll. Detta har inte minst understrukits under 2020-talets inledande år då covid-pandemin följs av Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina.

Sveriges Radios uppfattning är därför att de övergripande målen i perspektivarbetet måste formuleras på ett sätt som värnar respektive redaktions frihet att utföra sina uppdrag och att arbeta självständigt med målsättningar och metoder. Det är också viktigt för att leva upp till kraven i medelsvilkorens punkt 13 som säger att "SR ska ha en decentraliserad organisation som skapar goda förutsättningar för självständigt beslutsfattande på regional och lokal nivå."

Public service-redovisningarna under tillståndsperioden kommer därför i första hand fokusera på att beskriva hur arbetssätt och analysmetoder utvecklas för att Sveriges Radio ska leva upp till kraven i speglingsuppdraget. Mått och siffror kommer i huvudsak att användas för att beskriva utvecklingstendenser och organisationens erfarenheter. I en föränderlig värld kommer de mått och siffror som används behöva förändras från år till år och i vissa fall inte kunna presenteras i tidsserier eller i form av indikatorer.

Varken sändningstillståndet eller den tidigare nämnda propositionen nämner heller något om att programföretagen ska redovisa den stärkta bevakningen i särskilda indikatorer eller specifika mått. Det understryks tvärtom "[...] att det bör vara upp till public service-företagen att avgöra på vilket sätt bevakningen mer specifikt ska stärkas."⁴

Ett strategiskt mål för fler perspektiv

Att skapa ett utbud präglat av största möjliga bredd i perspektiv är grunden i det strategiska målet "Jag hör min och din vardag i Sveriges Radio", vilket bland annat beskrivs i 1.4 Sveriges Radios mål och strategier.

Två indikatorer är formulerade för det strategiska målet:

- Andelen av Sveriges kommuner som SR gjort inslag från under ett tertial. Målsättningen är att andelen ska vara 100 procent, eller 290 kommuner. Denna indikator används också i Sveriges Radios arbete med produktivitet och effektivitet som beskrivs i 7.3 Produktivitet och effektivitet. Målet uppnåddes under 2022 som helhet.
- Andelen av veckolyssnare som instämmer i påståendet "Jag hör innehåll om min och andras vardag i Sveriges Radio", vilket ingår i den rullande attitydundersökning som Novus gör på Sveriges Radios uppdrag. 2022 instämde 69 procent av veckolyssnarna i påståendet, och målsättningen är att andelen ska öka under tillståndsperioden.

Samtliga avdelningar inom Sveriges Radio utformar planer för sina delar av verksamheten utifrån de strategiska målen. Målen och de tillhörande indikatorerna följs upp varje tertial för att företagsledningen ska kunna ta ställning till om någon typ av åtgärd behöver sättas in ifall ett mål inte uppfylls. Processen kring styrmodell och uppföljningsmetoder beskrivs i 3.1 Uppdrag inom Sveriges Radio.

Fler jämförelsetal för fler perspektiv

Sveriges Radio är det medieföretag alla kategorier som har störst heltäckande närvär i alla delar av landet, och det enda ljudföretaget med redaktionell närvär i hela Sverige. I P4-kanalerna erbjuds varje vardag året om cirka 240 timmar lokalt innehåll med nyheter och samhällsbevakning, kultur och underhållning med mera. 2022 var 684 nyhetsmedarbetare stationerade utanför Stockholm.

Sveriges Radios närvär runt om i landet byggdes ut redan under förra tillståndsperioden 2014–2019. 2022 hade företaget 52 fasta redaktioner i 50 kommuner, vilket var en redaktion och en kommun mer än under 2021. Från 2020 har nätet av fasta redaktioner kompletterats med bland annat en satsning på tillfälliga redaktioner som du kan läsa mer om i 6.7 Lokalt uppdrag. Under 2022 satte Sveriges Radio upp tillfälliga redaktioner i 125 kommuner runt om i hela Sverige.

På vecko- och månadsbasis är den genomsnittliga närvärornon i landets kommuner relativt stabil. 2022 var företaget på plats och sände direkt och/eller gjorde inslag från i genomsnitt

- 176 kommuner per vecka (jämfört med i snitt 184 kommuner per vecka 2021 och 176 kommuner per vecka 2020).
- 276 kommuner per månad (jämfört med i snitt 277 kommuner per månad 2021 och 272 kommuner per månad 2020).

I 6.7 Lokalt uppdrag visar kartan 6.7.1 var Sveriges Radio varit tillsvidare eller tillfälligt stationerat under 2022. Som en följd av att arbetsformer och sändningsmöjligheter i dag är mobila finns det ett antal kommuner där Sveriges Radio har medarbetare på plats större delen av tiden, men av olika skäl räknas detta idag inte som fast stationering. Under 2023 kommer företaget därför att göra en översyn av hur fast och tillfällig stationering ska definieras framöver.

Allmänheten om perspektiven i Sveriges Radio

En annan metod för uppföljning är att med hjälp av olika frågeställningar undersöka hur allmänheten uppfattar Sveriges Radios förmåga att skildra en bredd i perspektiv vid sidan av den ovan beskrivna indikatorn för andelen som instämmer i påståendet

"Jag hör innehåll om min och andras vardag". Företaget analyserar bland annat resultaten i den årliga attitydundersökning som Novus gör. Under 2022 upplevde 55 procent av allmänheten, alltså både bland de som lyssnar och de som inte gör det, Sveriges Radio som nära deras verklighet – det var en statistiskt säkerställd ökning med 3 procentenheter.

Tabellen 5.4.1 visar hur stor andel av allmänheten som helhet som instämmer i ett antal andra påståenden om mångfald, jämställdhet och speglning. De procentuella förändringarna över tid är mycket små. En förhållandevis hög andel av deltagarna i undersökningen anger "vet ej" på den här typen av frågor. Till en mindre del kan det förklaras av att siffrorna avser hela befolkningen mellan 16 och 79 år, det vill säga även de som inte lyssnar på Sveriges Radio. Men också bland dagliga lyssnare är det många som svarar "Vet ej". En tänkbar orsak är att många av dem som angott detta svarsalternativ i första hand har andra förväntningar på innehållet än de aspekter som tas upp i påståendet i formuläret. Det kan också vara så att den svarande tycker att det är svårt att ha en samlad uppfattning om hela Sveriges Radios omfattande utbud.

Svårigheterna med att tolka resultaten ger dem ett begränsat värde för analysarbetet. Därför inleddes Sveriges Radio en översyn av attitydundersökningen 2022. Företaget har redan gjort vissa förändringar genom att till exempel byta undersökning för vissa resultat som redovisas i 1.4 Sveriges Radios mål och strategier samt 2.1 Värde för samhället. Arbetet med att utveckla analysunderlagen kring allmänhetens uppfattningar i denna typ av frågor fortsätter under 2023.

Nya arbetssätt för ökad närvär

I Sveriges Radios public service-redovisning för 2021 fördes ett antal längre resonemang kring redaktionell närvär i olika delar av Sverige. →

5.4.1 Allmänhetens uppfattning om mångfald, jämställdhet och spegling i SR:s utbud

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
SR:s programinnehåll speglar mångfalden i det svenska samhället.	40 %	41 %	42 %			
SR har en jämn fördelning mellan kvinnor och män i sitt programinnehåll.	33 %	36 %	34 %			
SR sänder nyheter från min del av landet.	72 %	71 %	69 %			
SR ger mig kunskap om olika människors liv och villkor i Sverige.	45 %	45 %	46 %			

Källa: Attitydundersökningen, Novus Group 2022.

Resonemangen kan sammanfattas med att det är viktigt att undvika ett ensidigt fokus på geografisk placering på bekostnad av perspektiv som är minst lika viktiga för journalistikens relevans som exempelvis demografiska eller socioekonomiska faktorer.⁵ Företaget arbetar med att utveckla metoder och analysverktyg för att bryta invanda mönster och ge nya perspektiv och inte enbart förlita sig på traditionella former för bevakning. Sveriges Radio prioriterar också utveckling av mobil teknik och mer sändande verksamhet utanför radiohusen. Parallelt med detta har teknik och arbetsätt för distansarbete utvecklats snabbt vilket minskat betydelsen av var medarbetare formellt har sin anställning eller var företagets stationära lokaler och studior är belägna.

Det finns också rent ekonomiska aspekter att väga in i utbyggnaden av redaktionell närvär. Som du kan läsa om i 7.3 Produktivitet och effektivitet har Sveriges Radio som långsiktigt mål att öka andelen av företagets resurser som går till programproduktion. En konsekvens av detta är att företaget kommer att behöva sänka andra typer av kostnader, bland annat utgifter för fastigheter, redaktionslokaler och stationära studior. Antalet studior och lokalytor i befintliga radiohus har minskats under de senaste åren samtidigt som den fysiska och innehållsliga närvaren runt om i landet har stärkts.

Arbetssätt för fler perspektiv

Även om det mesta av perspektivarbetet sker runt om i verksamheten utifrån beslut som fattas på decentraliserad nivå finns det en rad projekt och metoder som drivs på central nivå i företaget. Här är ett antal exempel på sådana arbetsätt och åtgärder för att få fler perspektiv i utbudet:

- En särskilt ansvarig för fler perspektiv samordnar alla de satsningar som görs inom såväl innehållsproduktionen som rekryteringsarbete och internutbildningar. Arbetet med fler perspektiv redovisas dessutom löpande för företagsledningen. Sätten att utveckla och utvärdera arbetet för fler perspektiv i utbudet beskrivs också i bland annat 3.10 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens.
- Satsningen på tillfälliga redaktioner och utveckling av mobila arbetsätt fortsätter över hela landet och rymmer flera olika arbetsmetoder vilka beskrivs i 6.7 Lokalt uppdrag. Satsningen på tillfälliga redaktioner innehåller också delmoment som bristanalyse, metodutveckling och uppföljning.

- Sedan 2020 har Sveriges Radio använt en intern arbetsmodell som syftar till att använda innehållet i lokala kanaler på ett bättre sätt i rikssända program. Därigenom kan intressanta frågor från olika delar av landet vidga perspektiven i utbudet som når en nationell publik. Ett exempel är att lokala kanalers medverkan i *Ekots nyhets-sändningar* ökat. Kanalerna medverkar också regelbundet med innehåll i bland annat *P1-morgon*.
- SR-Akademien erbjuder återkommande utbildningar i metoder för att fånga upp fler röster och synsätt i journalistiken.

Utöver ovan nämnda exempel arbetar Sveriges Radio med en lång rad projekt och åtgärder för att bredda perspektiven i utbud och verksamhet, till exempel utbildningar i demografianalys, kompetensutveckling och nya innehållsformat. I andra delar av denna redovisning finns också exempel på hur olika verksamheter inom företaget arbetar för att öka bredden av perspektiv:

- I 6.3 Barn och unga redovisas bland annat hur *Barnradion* och Drama för unga aktivt arbetar med att spegla barns olika bakgrunder och förutsättningar.
- I 6.4 Tillgänglighet kan du läsa om arbetet med att lyfta fram frågor kring funktionsvariationer och tillgänglighet och att företagets olika redaktioner publicerade cirka 2 000 inslag om frågor kring tillgänglighet och förutsättningar under 2022.
- I 6.5 Minoritetsspråk beskrivs hur den samordnade valbevakningen inom Sveriges Radio, vilket du också kan läsa mer om i 6.1 Nyheter och samhällsbevakning, bland annat ledde till att nationella minoritetstrågor lyftes fram i det svenska språkiga utbudet.

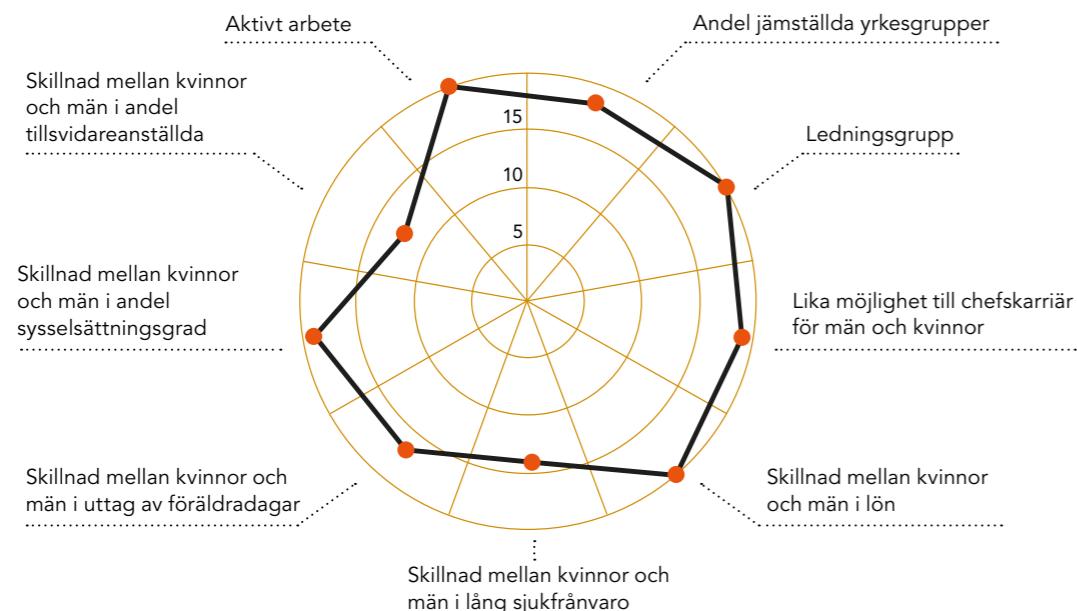
Så förstärks analysarbetet

Sveriges Radios arbete för att öka bredden av perspektiv följs upp på olika sätt. Det görs med både kvantitativa och kvalitativa analyser. Redaktionerna sätter egna mål för bredd i perspektiv kopplade till sina programuppdrag och har olika sätt att analysera det innehåll de producerat, bland annat med hjälp av olika mätverktyg eller manusstatistik. Faktorer som kan analyseras är till exempel könsfördelningen bland de som hörs i programmen eller bredden av medverkande i olika åldrar, med utländsk bakgrund eller med funktionsvariation. Många programansvariga analyserar fördelningen av ämnesområden, partipolitiska företrädare, andel medverkande från storstad och landsbygd, hur fördelningen ser ut mellan personer som är berörda av ämnet som tas upp, yrkespersoner och makthavare eller hur många barn och unga som medverkar.

Det handlar alltså om analysarbete – inte om att i förväg fylla kvoter av medverkande utifrån förutbestämda mallar eller subjektiva bedömningar av människors tillhörigheter. Arbetet är inriktat på att skaffa kunskap och göra kvalificerade bristanalyser av innehållet i programmen i syfte att utveckla det så att det blir angeläget för en så bred publik som möjligt.

Det är helt centralt att respektive redaktion själv ansvarar för att identifiera brister och områden som går att utveckla. Sveriges Radios utbud är starkt decentraliserat, majoriteten av de sända timmarna görs lokalt i skilda delar av landet där förutsättningarna för medborgarna kan se mycket olika ut. En konsekvens av detta är att centrala mål, indikatorer och nyckeltal som gäller för hela företaget behöver vara tämligen generellt formulerade för att inte leda till detaljstyrning. På lokal nivå kan redaktionerna däremot själva använda olika mål och metoder för att mäta bredden i perspektiv – det gemensamma är att arbetsättet bidrar till företagets övergripande mål enligt en modell för utveckling som beskrivs i bland annat 3.1 Uppdrag inom Sveriges Radio. →

5.4.2 Sveriges Radios resultat i Nyckeltalsinstitutets jämställdhetsindex



Särskilda så kallade lyssningsteam granskar återkommande innehållet i Sveriges Radios utbud genom att under en begränsad period systematiskt lyssna igenom allt som sänds i en kanal. Lyssningsteamen fokuserar på ämnesval, verklighetsbeskrivningar, tilltal och andra faktorer som påverkar bredden i perspektiv. Resultaten från granskningarna används i utvärderingar och bidrar till nya prioriteringar i processen för programbehandlingar.

Sveriges mest jämställda företag

2021 började Sveriges Radio använda Nyckeltalsinstitutets jämställdhetsindex som ett uppfölningsbart resultatomätt för att visa att programverksamheten som helhet bedrivs ur ett jämställdhetsperspektiv. Måttet handlar i detta

fall om arbetsplatsen Sveriges Radio och dess förmåga att ge alla som arbetar inom såväl innehållsproduktionen som i andra delar av företaget samma möjligheter oavsett kön. Inom jämställdhetsområdet är det möjligt att ta fram sådana mått eftersom det i praktiken är det enda område där svensk lagstiftning medger kartläggningar av exempelvis medarbetares löner för att identifiera diskriminering.

Jämställdhetsindex bygger på data från de deltagande företagen vilka lämnats in via en standardiserad modell. Med hjälp av dessa uppgifter beräknas nio nyckeltal som baseras på aktivt arbete med jämställdhet i organisationen, sammansättning i yrkesgrupper och ledningsgrupper, andel tillsvidareanställda, möjligheter till chefkarriär samt skillnader mellan könen i lön, långtidssjukfrånvaro, sysselsättningsgrad och uttag av föräldradagar.

Det samlade resultat som redovisades 2022 (och baserades på insamlade uppgifter från 2021) gav Sveriges Radio 159 poäng, fem poäng mer än föregående år. Sveriges Radios poängsumma var årets högsta av samtliga resultat för de cirka 300 svenska företag som ingår i Nyckeltalsinstitutets jämställdhetsindex.

Att Sveriges Radio nått dessa resultat innebär naturligtvis inte att strävan efter att göra arbetsplatsen jämställd nått en slutpunkt – det är snarare ett ständigt pågående arbete, och det finns alltid områden som kan förbättras.

I sitt beslut för 2021 års redovisning ansåg granskningssnämnden att Sveriges Radio bör "tydligare redovisa hur jämställdhetsarbetet i praktiken påverkar programverksamheten". Sveriges Radio bedömer det dock inte som möjligt att i siffror på ett trovärdigt sätt beräkna kopplingen mellan hur arbetsplatsen fungerar och vilket utbud som produceras.

I 6.2 Kultur kan du bland annat läsa om hur musikredaktionerna arbetar med ett jämställt musikutbud. Men att mäta fördelning av medverkande i det talade redaktionella utbudet är däremot ett trubbigt verktyg eftersom representationen i sig inte säger något om hur kvinnor respektive män framställs. Här uppstår svårigheter att med kvantitativa modeller mejsla fram kvalitativa värden som i sig inte är helt självklara.

I tabellen 5.4.1 redovisas bland annat allmänhetens uppfattningar om huruvida innehållet

i Sveriges Radio har en jämn fördelning mellan män och kvinnor i sitt innehåll. De svarandes uppfattningar hänger i hög grad samman med synen på Sveriges Radio i stort. Bland de som har högt förtroende för innehållet och/eller är nöjda med företaget anser en betydligt större andel att det finns en jämn fördelning mellan kvinnor och män i det som sänds. Det bör dock noteras att hela 49 procent av samtliga svarande valde alternativet "Vet ej" för denna fråga.

Rekrytering och kompetensutveckling för fler perspektiv

För att lyckas speglar hela landet och säkerställa att olika perspektiv hörs i Sveriges Radio är det nödvändigt att det finns en stor bredd i personalens kompetenser – det gäller inte minst kunskaper om olika socioekonomiska, demografiska och kulturella förutsättningar.

I 3.10 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens beskrivs hur Sveriges Radio arbetar för att lägga grunden för ett utbud med största möjliga bredd i perspektiv genom bland annat ett utvecklat rekryteringsarbete och SR-Akademins interna utbildningar och kunskapsförbundet insatser. Sveriges Radio arbetar också med att stärka inkludering och öppenhet i den interna företagskulturen och arbetsmiljön. ■

II Företaget arbetar med att utveckla metoder och analysverktyg för att bryta invanda mönster och ge nya perspektiv och inte enbart förlita sig på traditionella former för bevakning.

¹ Ett oberoende public service – nya möjligheter och ökat ansvar (SOU 2018:50).

² Ett modernt public service nära publiken – villkor 2020–2025 (prop. 2018/19:136).

³ Granskningssnämnden för radio och tv, beslut 2021-06-18 Dnr: 21/01041, 1065 och 1074.

⁴ Ett modernt public service nära publiken – villkor 2020–2025 (prop. 2018/19:136).

⁵ Public service-redovisning 2021, Sveriges Radio 1 mars 2022.

5.5 55-procentsmålet

• 14 / MEDELSVILLKOR

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

55,57%

av allmänproduktionen i Sveriges Radios rikssändningar producerades utanför Stockholm under 2022.

Under 2022 har 55,57 procent av allmänproduktionen i Sveriges Radios rikssändningar producerats utanför Stockholm. Andelen har varierat med någon decimal under de senaste åren till följd av pandemirelaterade orsaker men i ett längre perspektiv legat på stabila nivåer (den genomsnittliga nivån perioden 2014–2022 är 55,39 procent).

I siffran, som utgör Sveriges Radios svar på 55-procentsmålet, ingår dels sådant som redaktioner utanför Stockholm producerat för sändning i riks kanaler, dels sådant som bolag utanför Stockholm bidragit med.

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

- **P1** – samtliga programkategorier¹ exklusive Nyheter och Sport.
- **P2** – alla sändningar på dagtid med undantag för levande musik producerad i Stockholm inklusive sändningar på nationella minoritetsspråk men exklusive sändningar på andra minoritetsspråk.

- **P3** – samtliga programkategorier exklusive Nyheter och Sport.

- **P4** – riksutbudet² exklusive Nyheter och Sport.

För att en produktion ska räknas in i Sveriges Radios definition av 55-procentsmålet krävs att den lever upp till något av följande tre kriterier:

- Programmet eller podden beställs från och produceras av en redaktion utanför Stockholm, till exempel *Radioföljetongen* i P1 (Luleå), P2 på hemväg eller *Kvällspasset* i P4 (Göteborg). Andra program sänds ett antal dagar i veckan från sändningsorter utanför Stockholm, till exempel P1 Kultur (Malmö) och P4 Extra (Malmö och Göteborg).
- Programmet eller podden beställs från och produceras av ett produktionsbolag utanför Stockholm. Ett sådant exempel är Massa Media i Luleå som bland annat producerar P4 Dans och P2-programmen *Kalejdoskop* och *Arabisk Talkshow*.
- Programmet eller podden beställs från en redaktion eller ett 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 på sådana produktioner är *Tankar för dagen* i P1 samt vissa avsnitt av P3- och P4-dokumentärer. ■



¹ De programkategorier som ingår i begreppet allmänproduktion är Samhälle, Kultur, Musik, Service, Livsstil och Underhållning. Nyheter och Sport ingår inte.

² Riksutbudet är det som sänds i P4 över hela riket, alltså inte lokala kanalers sändningar vardagar.

Assia Dahir hörs bland annat i P3 *Din Gata* som sänds från Malmö. Foto: Lina Arvidsson.

6. Särskilda uppdrag och målgrupper

Sveriges Radio ska skildra alla delar av samhället i ett utbud som är till för alla lyssnare oavsett vilken bakgrund, ålder eller bostadsort de har.

- 6.1 Nyheter och samhällsbevakning
- 6.2 Kultur
- 6.3 Barn och unga
- 6.4 Tillgänglighet
- 6.5 Minoritetsspråk
- 6.6 Dialoger och möten
- 6.7 Lokalt uppdrag



Mikrobiologen Farshid Jalalvand och programledaren Karin Arbsjö guidade lyssnarna genom vaccinets historia i P1-satsningen *Från kokoppor till covid* som hade premiär i maj 2022. Foto: Julia Lindemalm.

Sveriges Radio ska förmedla kunskap om samhället till alla som är en del av det

Nästan nio av tio timmar i Sveriges Radios utbud utgörs av nyheter och samhällsbevakning samt kultur och musik. Några exempel på uppdrag som särskilt betonas i sändningstillståndet är att

- förmedla nyheter och granska makten
- ge kulturupplevelser
- skapa innehåll för barn och unga
- arbeta med tillgänglighet och innehåll för och om personer med funktionsnedsättning
- sända på minoritetsspråk
- finnas och höras lokalt i hela Sverige.



Reporter Martin Eriksson intervjuar boende i Tjärna Ängar i Borlänge. Under 2022 fortsatte P4 Dalarna satsningen på en tillfällig redaktion i området. Foto Micke Grönberg/Sveriges Radio.



Ekots partiledardebatt i valrörelsens sluttspurt september 2022. Från Studio 4 i Radiohuset hördes Magdalena Andersson (S), Annie Lööf (C), Märta Stenevi (MP), Nooshi Dadgostar (V), Lasse Johansson och Katherine Zimmerman (båda programledare), Johan Pehrson (L), Jimmie Åkesson (SD), Ebba Busch (KD) och Ulf Kristersson (M). Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

6.1 Nyheter och samhällsbevakning

§ 7 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» 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 därvid 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. SR ska erbjuda ett utbud av nyheter på olika språk för människor i Sverige och i Sveriges närområden som inte kan ta del av nyheter på svenska «

Krig, ekonomisk kris och val präglade 2022

2022 var ännu ett dramatiskt år för världen vilket starkt präglade Sveriges Radios nyhetsredaktioners arbete och därmed hela företagets utbud under året. Efter ett par år av pandemi följde Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina i slutet av februari 2022. Vid sidan av det mänskliga lidandet gick världen in i en ekonomisk kris som i hög grad också kom att påverka den svenska valrörelsen under året.

Sveriges Radio var på plats i Ukraina när Ryssland inleddes sin fullskaliga invasion av landet. Under krigets fyra inledande dygn sände P1 ett stort antal timmar live med korrespondent på plats och med kommentarer och fördjupning från såväl andra delar av världen som från Sverige. En

särskild Ukrainakorresponent tillsattes, och Sveriges Radio var fortsatt närvarande i Ukraina under i princip hela 2022. Företaget prioriterade en mycket omfattande bevakning linjärt och on demand. Ur utbudet kan särskilt nämnas att Radiokorrespondenterna gjorts om till Radiokorrespondenterna Ryssland där Sveriges Radios egena samt inbjudna experter löpande analyserar kriget i Ukraina och dess konsekvenser.

Vid sidan av en massiv, löpande nyhetsbevakning har en lång rad fördjupande program och poddar producerats för olika målgrupper under året – det kan du läsa mer om i flera delar av detta kapitel.

Sveriges Radio har under lång tid prioriterat kompetens och kunskaper inom utrikesbevakningen och ett stort korrespondentnät. I kombination med faktorer som såväl en stabil organisation för snabba livesändningar som ett utvecklat säker-

hetsarbete har *Ekot* kunnat prioritera en uthållig, långsiktig och nära bevakning av kriget.

Den ekonomiska utvecklingen med bland annat snabbt höjd inflation som följt efter krigsutbrottet har varit ett av de prioriterade områdena för *Ekot* och de lokala nyhetsredaktionerna. Bland annat har *Ekonomiekot Extra* ökat sin publiceringstakt genom att sända nya fördjupande avsnitt alla vardagar.

Den globala utvecklingens effekter på den svenska politiken blev tydligare med både ansökan om Nato-medlemskap och ett krispräglat val till riksdag, regioner och kommuner. Inför valrörelsen gjorde Sveriges Radio ett omfattande internt arbete för att olika redaktioner skulle kunna dra nytta av samordnad planering och samtidigt kunna erbjuda olika perspektiv, angrepssätt och tilltal till olika lyssnargrupper. →

6.1.1 Nyheter – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	10 138	10 020	9 969			
Parallelsändning	1 620	1 652	1 640			
Repris	285	274	288			
TOTALT	12 043	11 945	11 897			

Kommentar: Sändningstiden för nyheter minskade något främst beroende på färre nyhetstimmar i P3 till följd av att kanalen ökade andelen musik.

6.1.2 Samhälle – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	14 098	14 285	14 159			
Parallelsändning	1 370	1 359	1 372			
Repris	2 791	2 391	2 391			
TOTALT	18 259	18 034	17 922			

Kommentar: Sändningstiden för kategorin samhälle minskade något i P4:s lokala kanaler som en konsekvens av vinter-OS och VM i fotboll. Samhälle minskade även något i Sveriges Radio Finska till förmån för musik.

Några exempel:

- Partiledarna intervjuades i såväl i *P1 Morgon* som *Morgonpasset* i *P3* och *P4 Extra* – samt på nationella minoritetsspråk.
- Partiledarna mötte också lyssnarna i *Karlavagnen* i *P4* och *Ring P1*.
- Analyserande program och poddar blev fler. *Långköraren* *Det politiska spelet* kompletterades med den nya politiska talkshowen *Druid & Zimmermann Show* och med tillfälliga satsningar i *P1*, bland

annat *Politiska rummet* om ideologier och poddserien *Vem bryr sig?* om politiska frågeställningar som är viktiga för många men som hamnade i skymundan under valrörelsen.

Samordning mellan riksredaktioner och lokala kanaler möjliggjorde också att lokala och regionala frågor av riksintresse lyftes fram. På ett flertal ställen i detta kapitel kan du även läsa om satsningar på valbevakning för särskilda målgrupper (6.3 Barn och unga samt 6.5 Minoritets-språk) och när det gäller särskilda uppdrag (6.4 Tillgänglighet och 6.7 Lokalt uppdrag).

Nyheter och samhälle domineras i det talade utbudet

Programkategorierna Nyheter och Samhälle står tillsammans för mer än hälften av det talade utbudet (exklusive musik) i Sveriges Radios marksända kanaler. För att leva upp till publikens förväntningar och kraven i sändningstillstånd och medelsvillkor koncentrerar företaget merparten av sina resurser till nyheter och samhällsbevakning. Dessa områden, som allmänheten också anser hör till de viktigaste i Sveriges Radios utbud, utgör 54 procent av företagets totala kostnader. Detta kan du läsa mer om i 7.2 Kostnader och 7.3 Produktivitet och effektivitet.

Bredden i nyhetsverksamheten kan bland annat beskrivas med att Sveriges Radio

- har Nordens största korrespondentnät, som du kan se på kartan i 6.1.3 Sveriges Radios korrespondentnät
- är stationerat på flest sändningsorter av samtliga nordiska public service-bolag och var 2022 i genomsnitt på plats i 176 kommuner varje vecka
- har Sveriges största vetenskapsredaktion
- står för över 90 procent av all sändningstid lokalt och på minoritetsspråk i svensk public service där de bärande delarna består av nyheter och samhällsbevakning.

Inom kategorierna Nyheter och Samhälle ryms utöver nyhetsförmedling också aktualitetsprogram och fördjupande poddar inom olika ämnen, vetenskap, dokumentärer och andra format för berättande samt livsåskådning.

Målet för Sveriges Radios nyhetsverksamhet är att dygnet runt ge lyssnare nyhetsuppdatering och originalnyheter via linjära kanaler, *Sveriges Radio Play* och *sverigesradio.se*. Nyheter fördjupas och utvecklas också i olika aktualitetsprogram. Lyssnaren ska få en allsidig nyhetsförmedling som

gör det möjligt att förstå konsekvenser och ta ställning i olika samhällsfrågor. Sveriges Radio ska inte enbart berätta vad som har hänt utan också hjälpa lyssnaren att bilda sig en egen uppfattning.

Redaktionernas och kanalernas uppdrag innebär att nyhetsinnehållet ska präglas av olika perspektiv genom att bland annat ta upp sådant som

- belyser det som händer lokalt, i Sverige och i världen
- berör barn, unga, personer med funktionsnedsättning, nationella minoriteter samt nyanlända.

INOM SVERIGES RADIO FINNS ÖVER 30 OLika nyhetsredaktioner som dagligen sänder och publicerar fördjupningar för olika målgrupper. Några exempel:

- Ekot*, *Radiosporten*, lokala P4-kanaler och kanalerna *Sveriges Radio Finska* och *Sameradion* sänder dagliga nyheter.
- P3 Nyheter*, *Vetenskapsredaktionen* och *Kulturredaktionen* sänder varje vardag nyheter utifrån sina olika uppdrag.
- Klartext* berättar nyheter på ett enklare sätt i *P1*, *P4* och på digitala platfformar för lyssnare med intellektuell funktionsnedsättning. Mer om *Klartext* finns att läsa i 6.4 Tillgänglighet.
- Juniornyheter* riktar sig till barn mellan 9 och 13 år, och du kan läsa mer om detta nyhetsprogram i 6.3 Barn och unga.
- Nyheter på engelska, finska, samiska, mänskieli och romani chib sänds i marknätet, och redaktionerna publicerar också nyheter på fler språk på digitala platfformar. Detta beskrivs i 6.5 Minoritetsspråk. →

- Ekot Radio Sweden publicerar även nyheter på en rad andra språk som du kan läsa mer om i 6.5 Minoritetsspråk. Under 2022 lanserades en särskild ryskspråkig podd samt nyheter på ukrainska. Radio Sweden på lätt svenska är en podd med nyheter på enkel svenska för den som är ny i Sverige.

Snabb rapportering för alla

För att kunna hantera stora nyhetshändelser, oavsett när de inträffar, har redaktionen för Ekot en live-grupp med ett tiotal medarbetare som är bemannad större delen av dygnet samtidigt dagar i veckan. Gruppen sänder med kort varsel i FM och på Sveriges Radio Play och gör dessutom nyhetsuppdateringar i Vaken med P3 & P4. Ekot är bemannat dygnet runt och kan därför när som helst gå in i sändningar och förmedla viktiga nyheter. Stora nyhetshändelser bevakas i realtid i extrasändningar både i FM och via Sveriges Radio Play och [sverigesradio.se](#). Sveriges Radio har också särskilda resurser för att sända extra på webben på över tio språk vid större nyhetshändelser. Samtliga P4-kanaler ger lokal nyhetsuppdatering och har resurser att sända extra 06.00–23.00 alla dagar i veckan.

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

Ny strategi och fortsatt utveckling av nyheter

Under 2022 sjösattes en ny strategi för nyheter i Sveriges Radio vars publikmål bland annat är att höja det dagliga användandet av det digitala nyhetsbudget, nå nya lyssnare och öka den samlade tiden lyssnare ägnar nyhetsljudinnehåll från företaget. Bland annat är vässat nyhetsarbete, mer granskningar och utvecklat berättande prioriterat. Det är också i linje med att utveckla Sveriges Radio Play till det givna valet för den som vill ta del av nyheter, linjära kanaler och poddar från företaget.

Under året började Sveriges Radio dessutom publicera nyheter inom EBU-projektet A European Perspective som innebär att elva europeiska public service-bolag utbyter nyhetsmaterial. Samarbetet möjliggör också att nyheter från Sveriges Radio hörs och syns på de utländska nyhetssajterna. En viktig del av samarbetet handlar om att utforska hur nya tekniklösningar – som maskinlärning och automatisk översättning – kan stärka nyhetsjournalistiken i linje med public service-bolagens höga krav på kvalitet, etik och oberoende.

Nyheter på olika språk i Sveriges närområden

Ekot Radio Swedens utbud på engelska riktar sig till en bred publik i Sverige och i våra grannländer som behärskar engelska och inte kan ta del av Sveriges Radios nyhetsutbud på svenska eller andra språk.

Utbudet riktar sig till en målgrupp som vill ha fördjupad kunskap och förståelse för Sverige och det svenska samhället. Nyheterna ska spegla det svenska nyhetsläget, erbjuda nyhetsbevakning samt lyfta fram Ekots egna nyheter.

I samband med att det nu gällande sändningstillståndet trädde i kraft 2020 fick Ekot Radio Swedens engelspråkiga redaktion ett utökat uppdrag för att möta kravet i § 7 i sändningstillståndet om att "SR ska erbjuda ett utbud av nyheter på olika språk för mäniskor i Sverige och i Sveriges närområden som inte kan ta del av nyheter på svenska". Engelska är ett språk som många i olika länder och inom olika språkgrupper i Sveriges närområde förstår vilket gör att de kan tillgodogöra sig utbudet. Redaktionen producerar klipp, poddar och en veckosammanfattning som sänds i FM. Inför valet sände redaktionen via Sveriges Radios digitala plattformar bland annat en särskild debatt på engelska med representanter för samtliga åtta riksdagspartier (delar av debatten sändes också i marknät).

Övriga språk som Sveriges Radio sänder på vid sidan av engelska och de nationella minoritetsspråken beskrivs i 6.5 Minoritetsspråk.



Ekots utrikeschef och USA-kommentator Gina Lindberg är en välkänd röst för lyssnarna. 2022 tilldelades hon Lukas Bonniers Stora Journalistpris. Foto Micke Grönberg/Sveriges Radio.

Sveriges Radio i världen

Utrikesrapporteringen i Sveriges Radio ska utöver nyheter också ge bakgrund, sammanhang och fördjupning samt hjälpa till att knyta ihop globala, nationella och lokala perspektiv i utbudet. Sveriges Radios korrespondentorganisation är Nordens största, och i början av 2022 utökades den med en korrespondent med Indien, Pakistan och Afghanistan som bevakningsområde.

Kartan 6.1.3 Sveriges Radios korrespondentnät visar att 18 korrespondenter bevakar geografiska områden och att tre korrespondenter bevakar de tematiska områdena klimat, global hälsa och ungt perspektiv.

Vid sidan av detta finns också tre särskilda kommentatorer för EU, Kina och USA samt en rad reportrar på utrikesredaktionen som är organiserad på ett sätt som gör att medarbetare snabbt ska kunna ta sig till platser där nyhetsbevakningen kräver omedelbar närvaro.

Korrespondenter och utrikesrapporter genomgår kontinuerlig säkerhetsutbildning, och i 3.11 Beredskap och viktig information till allmänheten kan du läsa mer om Sveriges Radios säkerhetsarbete.

Granskningar – från lokalt till riksnivå

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.

Lokala kanaler genomför regelbundet också egna granskningar. P3 Nyheter undersöker och granskar ämnen som är viktiga för den unga målgruppen och tar även fram egna nyheter. Du kan läsa mer om P3 Nyheters verksamhet i 6.3 Barn och unga.

Landets största vetenskapsredaktion

Vetenskapsradions uppdrag är att bevaka frågor som vilar på vetenskaplig grund. Redaktionen med bas i Uppsala och ett 20-tal anställda medarbetare har inte minst spelat en central roll i Sveriges Radios bevakning under pandemin. Sveriges Radio har också en särskild korrespondent för klimatfrågor. En särskild vetenskapskommentator analyserar aktuella nyheter och samhällsfrågor ur ett vetenskapligt perspektiv för Sveriges Radios lyssnare.

Nyheter från Vetenskapsradion ger lyssnarna korta nyhetssändningar inom ramen för *P1-morgon* på vardagar. Lyssnarna erbjuds nu dagligen program med olika inriktning vilket framgår genom ett tillägg till programnamnet Vetenskapsradion i form av benämningarna *Nyheter, På djupet, Historia, Språket, Klotet, Hälsa samt Forskarliv*.

I de lokala P4-kanalernas uppdrag ingår också att de ska bevaka frågor av vetenskaplig karaktär i sina aktualitetsprogram.

Dokumentärer – en bred genre som går på djupet

Dokumentärer har en särskild position i Sveriges Radios utbud – det är dels en programtyp som företagets medarbetare regelmässigt prisbelönas för, dels en genre som lockar mycket lyssnarkaror on demand. Sedan många år är *P3 Dokumentär* Sveriges mest avlyssnade podd i genomsnitt per vecka under ett år, och *P1 Dokumentär* återfinns stadigt bland de tio mest avlyssnade titlarna på *Poddindex*. Mer information om detta finns i *2.3 Så används och uppfattas Sveriges Radio*.

En rad andra dokumentärformat för olika målgrupper och med uppdraget att fördjupa komplexa skeenden och ge kunskap finns också inom Sveriges Radios utbud:

- Det lokala perspektivet står i fokus i *P4 Dokumentär*.

- Under vinjetten *P1 Specialprogram* sänds bland annat dokumentärer som producerats genom att dokumentärmakare och redaktörer för minoritetsspråk har samarbetat.

- I *Radiosporten Dokumentär* handlar det om klassiska sportögonblick och om händelser bakom kulisserna i sportens värld.
- I *P2 Dokumentär* berättas om mäniskor bakom musiken och musikens roll i vår värld.
- Inom olika genrer och för yngre målgrupper ryms särskilt utformade dokumentärformat som *P3 Nyheter Dokumentär* och *P3 Musikdokumentär*. De beskrivs mer ingående i *6.2 Kultur* respektive *6.3 Barn och unga*.

Vid sidan av dokumentärerna finns en rad berättande och sinsemellan mycket olika format i Sveriges Radios utbud, alltifrån exempelvis *Verkligheten i P3* och *Sommar i P1 till P4 Story*. Alla dessa program levandegör på vitt skilda sätt mäniskors berättelser och tankar. Flera lokala P4-kanaler och redaktörer för minoritetsspråk gör sammanfattande kortberättelser för att samla ihop och förklara nyhetsflödet kring komplexa frågor.

Livsåskådning – existentiella frågor från flera håll

Livsåskådning, filosofisk och andlig reflektion samt religiösa frågeställningar finns i flera av Sveriges Radios program. En hel del av de journalistiska programmen har en livaktig dialog med lyssnare via sociala medier eller i sändningar.

Några exempel:

- *Människor och tro* i *P1* tar upp frågor kring religion, identitet och politik.
- *Filosofiska rummet* i *P1* behandlar vår tids mest bränande etiska, existentiella och politiska dilemman.

29 819

timmar sändes inom kategorierna Nyheter och Samhälle under 2022.

- I *Vardagsfilosofiska rummet* i *P3* redrar två gäster ut vardagens moraliska och filosofiska dilemman.
- Kortare serier och fristående program sänds och publiceras under vinjetten *Livsåskådning i P1*.
- *Gudstjänsten* i *P1* produceras från Göteborg, Malmö, Växjö, Örebro och Umeå och speglar olika kristna samfund och olika typer av gudstjänster.
- I *Morgonandakten* i *P1* hörs många olika röster, främst företrädare för olika religiösa samfund men även exempelvis författare.

Samhälle – perspektiv från hela Sverige

Samhällsbevakningen ska ge lyssnarna sammanhang och fördjupning samt ge olika perspektiv på händelser från hela Sverige. I Sveriges Radios utbud finns en lång rad program och poddar om samhällsfrågor, i många fall inarbetade sedan lång tid. Några exempel:

- **Dagliga aktualitetsprogram** som *P1-morgon* och *Studio Ett* analyserar dagens frågor och sänder extra vid stora nyhetshändelser. *P4 Extra* når en mycket stor publik med kommentarer och fördjupningar kring nyheter och kultur samt ämnen av annan, ibland lättare, karaktär. Alla lokala

P4-kanaler fördjupar och diskuterar dagligen nyheter i sina eftermiddagsprogram. Andra program, som *Talkshow i P1*, kommenterar aktuella ämnen med lättare tilltal, och *Morgonpasset* i *P3* fördjupar aktuella samhällsämnena med ett underhållande tilltal.

- **Veckomagasin** som exempelvis *P3 Krim, Godmorgon, världen!, Konflikt, Ekonomiekot Extra, Lördagsintervjun* och *Det politiska spelet* fördjupar på olika sätt nyheter och aktuell samhällsdebatt.

Journalistik som belönats under året

2022 uppmärksammades Sveriges Radios medarbetare och utbud inom nyheter och samhälle i hög grad av juryn för *Stora Journalistpriset*. *Ekots* utrikeschef och USA-kommentator *Ginna Lindberg* tilldelades *Lukas Bonniers Stora Journalistpris* som delas ut till en journalist som "under lång tid visat prov på skicklighet och framstående journalistisk gärning". Därutöver nominerades korrespondenterna *Lubna El-Shanti* och *Johan Mathias Sommarström* till "Årets röst" för sin bevakning av kriget i Ukraina, *Ekots* *Sven Carlsson* och *Sascha Granberg* i kategorin "Årets förnyare" för granskningen *Din hälsa är till salu* samt *Lovisa Lamm NordenSKIÖLD* och *Hugo Lavett* för *P3 Dokumentär: Palmeutredningen inifrån* i kategorin "Årets berättare". I *3.9 Priser och utmärkelser* kan du läsa om fler medarbetare på Sveriges Radio som belönats med priser under 2022. ■

6.1.3 Sveriges Radios korrespondentnät 2022

Utrikesredaktionen har 33 medarbetare, inkluderat Nordenas största korrespondentnät. 18 korrespondenter bevakar geografiskt indelade områden. Tre korrespondenter bevakar särskilda ämnesområden ur globala perspektiv. På utrikesredaktionen i Stockholm finns också kommentatorer, redaktörer och reportrar.

Korrespondenter med geografiskt indelade bevakningsområden:

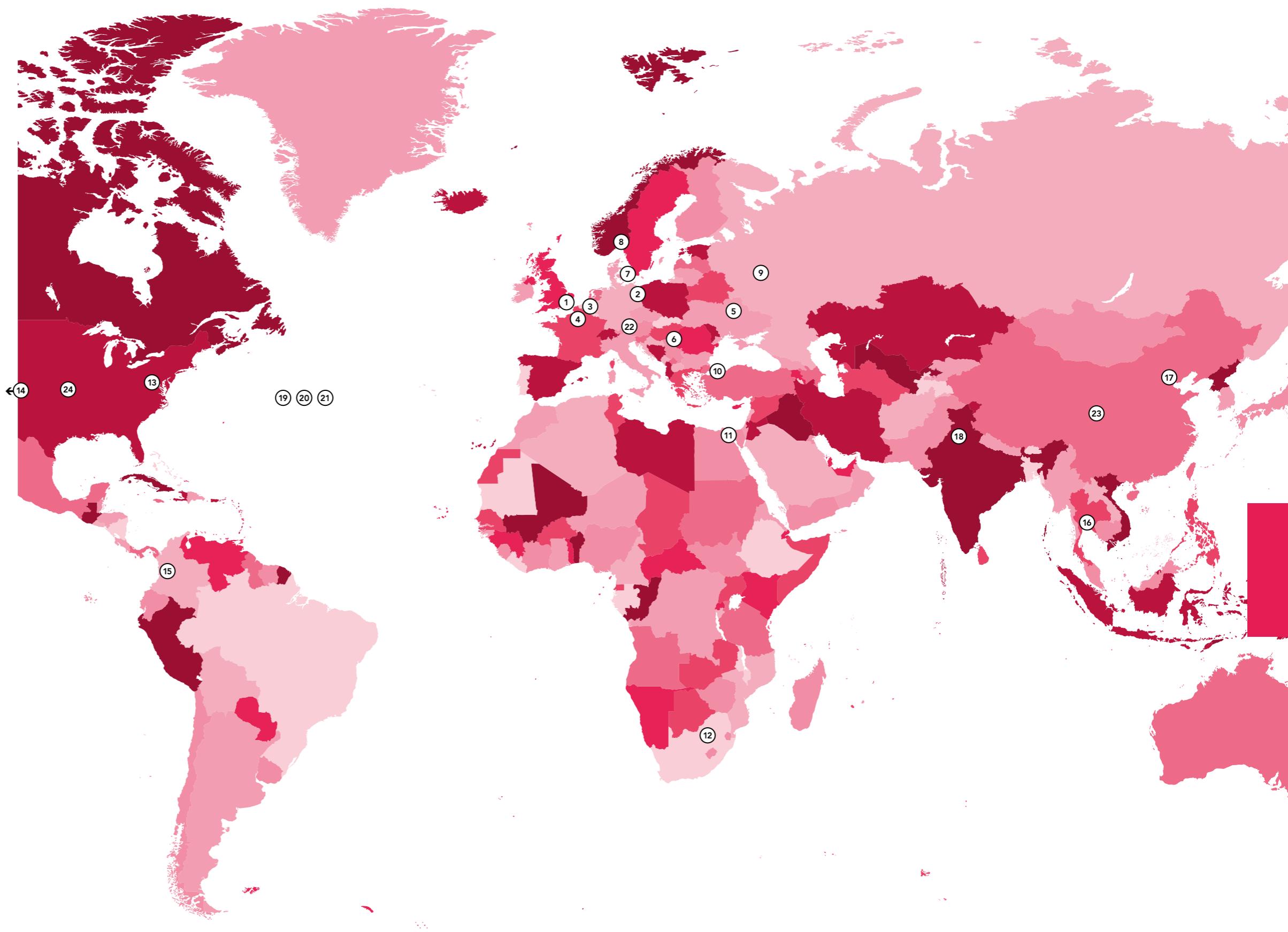
1. London Korrespondent som bevakar Storbritannien och Irland.
2. Berlin Korrespondent som bevakar Tyskland, Schweiz, Österrike, Tjeckien och Slovakien.
3. Bryssel Korrespondent som bevakar EU-frågor samt Belgien, Nederländerna och Luxemburg.
4. Paris Sydeuropakorrespondent som bevakar Frankrike, Italien, Spanien och Portugal.
5. Ukraina Ny korrespondenttjänst som tillsattes efter Rysslands fullskaliga invasion 24 februari 2022. Korrespondenten bevakar Ukraina.
6. Östeuropa Östeuropakorrespondent som bevakar ett drygt tiotal länder från Ungern i norr till Grekland i söder.
7. Danmark Korrespondent som bevakar Danmark, Grönland och Polen
8. Norge Korrespondent som bevakar Finland, Baltikum, Norge och Island
9. Moskva Korrespondent som bevakar Ryssland och 13 ex-sovjetiska länder.
10. Istanbul Korrespondent för länderna i Mellanöstern.
11. Kairo Korrespondent för länderna i Mellanöstern.
12. Pretoria Afrikakorrespondent som bevakar ett 50-tal länder söder om Sahara.
13. Washington DC Korrespondent för USA och Kanada.
14. San Francisco Korrespondent för USA och Kanada.
15. Bogotá Latinamerikakorrespondent.
16. Bangkok Asienkorrespondent som också bevakar Australien och Nya Zeeland.
17. Peking Kinakorrespondent som också bevakar Taiwan, Mongoliet, Japan och Koreahalvön.
18. Indien Ny korrespondent som från och med 2022 bevakar Indien, Pakistan och Afghanistan.

Tema-korrespondenter:

19. Klimat
20. Global hälsa
21. Ungt Perspektiv

Kommentatorer:

22. EU-kommentator
23. Kina-kommentator
24. USA-kommentator



6.2 Kultur

§ 8 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

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

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

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

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

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

Fördjupat, vidgat och utvecklat utbud

Under 2022 sände Sveriges Radio drygt 76 000 timmar kultur och musik i marknätet. Det motsvarar 63 procent av hela företagets marksända utbud, och faktum är att under de senaste åren har Sveriges Radios utbud av kultur och musik utgjort mer än hälften av all marksänd tid inom svensk public service.

Enbart inom det talade kulturutbudet sände Sveriges Radio drygt 10 000 timmar i marknätet under 2022 (varav 80 procent var förstasändningar).

Det innebär i genomsnitt cirka 27,5 timmar av talat kulturutbud per dygn vilka är fördelade över samtliga kanaler riks och lokalt, på alla nationella minoritets-språk och arabiska samt för alla ålderskategorier.

Att på några rader beskriva samtliga de program, varianter av innehåll, perspektiv, målgruppsval och tilltal som ryms inom kulturområdet skulle kräva ett omfang motsvarande en egen public serviceordvisning. Samtidigt kan det lätt bli missvisande att låta några få programpunkter eller kanaler få beskriva helheten.

Programuppdragen inom musik och kultur följer de modeller för löpande utvecklingsarbete som beskrivs i 3.1 Uppdrag inom Sveriges Radio och 3.10 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens. Inom dessa modeller görs en stor del av arbetet med att löpande fördjupa, utveckla och vidga →



2022 utvecklade Sveriges Radio P3 Serie: *Brottsskod 06* som lanserades i januari 2023. Från vänster syns skådespelarna Gunilla Nyroos, Madeleine Martin, Amed Bozan, Rayan Khosropour, Yasmine Seifi och Julia Marko-Nord. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

utbudet inom kultur och musik. Vid sidan av detta har Sveriges Radio under 2022 genomfört eller startat ett antal utvecklingsprojekt i syfte att fördjupa, utveckla och vidga kulturutbudet i företaget.

Några exempel:

- Evenemangsverksamheten har knutits starkare till Sveriges Radios kulturuppdrag och då främst inom olika former av kulturskapande. Företaget är, i hög grad tack vare evenemangen, en viktig uppdragsgivare för många fria kulturproducenter runt om i hela landet. Under ett normalt år besöker uppskattningsvis cirka 350 000 personer Sveriges Radios evenemang som innehåller *Musikhjälpen*, *Östersjöfestivalen*, *P2 i Parken*, *P4 Nästa*, *Poddfest*, *P3 Guld* med flera.
- Som beskrivs under rubriken "Musiken i P3 och P4" slogs en ny strategi för musikutbudet fast 2021 med syfte att fördjupa och utveckla bredden i den musik som spelas och tydligt förankra musikutbudet i public service-uppdraget. Strategin bygger på ett omfattande analysarbete.
- Ett större analysarbete kring kulturutbudet i P1 med sikte på att utveckla kulturjournalistiken i kanalen inleddes under 2022 – detta nämns även i *3.10 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens samt i 8. Planer för framtiden*.
- Innehållet i P2 har utvecklats, bland annat genom att en konstnärlig ledare för kanalens jazzutbud tillsatts. En rad förändringar av tablåer, program och poddar från P2 kommer att sjösättas under 2023.
- Under rubriken "Nordisk kulturgemenskap" kan du läsa om dramasatsningen *Vikingar* som är baserad på Snorre Sturlassons berättelser och som Sveriges Radio producerar tillsammans med public service-

bolag i andra nordiska länder samt Kanada. Projektet är också ett försök att kunna skapa programformat över landsgränser – detta är annars mycket ovanligt på radio- och podd-marknaden vars utbud av naturliga skäl är starkt knutet till det språk som talas i ett land.

Bevakning, spegling och granskning

Kulturnytt och *P1 Kultur* utgör i hög grad basen för uppdraget att bevak, spegla och granska nationellt och internationellt kulturliv. Redaktionen finns på sändningsorterna Stockholm, Göteborg och Malmö och har också fasta medarbetare i Umeå och Luleå. Det granskande uppdraget för *Kulturnytt* består av två delar – dels nyhetsjournalistik inom kulturlivet, dels kritik som bevakar, recensrar och diskuterar utgivning och utbud inom alla konstområden. *Kulturnytt* produceras och sänds i olika upplagor anpassade för kanalerna P1, P2 och P4. *Kulturnytt* och *P1 Kultur* erbjuder löpande reportage från kultursfären runt om i världen.

En rad andra redaktioner och program inom Sveriges Radio bevakar också kultur i vid bemärkelse.

Några exempel:

- Samtliga lokala P4-kanaler bevakar, speglar och granskar regelbundet kulturlivet i sina lokala bevakningsområden.
- *P3 Nyheter* rapporterar löpande om populärvärldsheter och granskar området i frågor som är relevanta för målgruppen. Sedan 2021 är även musikbevakningen integrerad i *P3 Nyheters* organisation.
- I *Lundströms Bokradio* möter lyssnaren svenska och utländska författare i samtal kring litteratur och skrivande. I programmet ingår också *Bokcirkeln* där flera olika

deltagare läser en bok och diskuterar innehållet och sina egna upplevelser av den.

- *P3 Klubben* avhandlar det viktigaste från kulturveckan blandat med spaningar inom kultur och populärkultur.
- Redaktionerna för flera av minoritetsspråken bevakar kultur och nöjen i sina program, vilket beskrivs i *6.5 Minoritetsspråk*.
- Kulturfrågor bevakas och debatteras också i aktualitetsprogram som *P1 Morgon*, *Studio Ett* och *P4 Extra*.

Spegling av olika kulturmiljöer

Sveriges Radio har Nordens största nät av korrespondenter som levererar nyheter och speglar kultur och kulturmiljöer från hela världen i samtliga kanaler och på *Sveriges Radio Play*. I den löpande nyhetsbevakningen har Sveriges Radio sannolikt den bredaste bevakningen av kulturliv utanför de svenska språkiga respektive anglosaxiska sfärerna vilka annars tenderar att dominera kultur- och nöjesbevakningen i medier. *Kulturnytt* i P1, P2 och P4, *P1 Kultur*, *P1 Kultur Reportage* och *P3 Klubben* tar regelbundet upp kulturpolitiska debatter och konflikter i en lång rad länder. Dessa typer av frågor och ämnen tas också upp i program som exempelvis *God morgon*, *världen* och *Konflikt* i P1.

En rad program i Sveriges Radios kanaler speglar olika kulturmiljöer eller är gjorda i olika delar av världen. Några exempel:

- P1-program som *Dagens Dikt*, *Radioföljtongen*, *Lundströms Bokradio* och *OBS* lyfter regelbundet fram författarskap från olika delar av världen.
- Kärnan i kanalen P2 är att spela och spegla musik från hela världen, olika tidsepoker och olika kulturella strömningar. Det gäller utbudet som helhet men i extra hög grad

program som *Folkmusiken i P2*, *Kalejdoskop*, *P2 Dokumentär*, *Tollans musikaliska* och *Rendezvous med Kristjan Saag*.

- Som beskrivs under rubriken "Musikutbudet i Sveriges Radio" spelades 100 604 musiktitlar i företagets samtliga kanaler under 2022. Det kan nämnas att enbart P2 spelade 35 595 unika titlar under 2022. Det innebär alltså att det tillkom nära 100 nya unika titlar i snitt per dag i det utbud kanalen spelade under året – musikstycken från flera sekler, ur en mängd genrer och från hela världen.
- Som framgår av *6.5 Minoritetsspråk* står Sveriges Radio för över 90 procent av allt utbud på nationella minoritetsspråk inom public service. Inom detta utbud – och inom respektive språk- och kulturmiljö – finns en tyngdpunkt på bevakning, spegling och granskning av kulturytringar i bred bemärkelse.

76 083

timmer kultur och musik sändes under 2022. Det motsvarade i genomsnitt 208 timmar per dygn.



Håkan Eng och Elize Ryd ledde P4:s sändningar från hårdrocksfestivalen Sweden Rock i juni 2022. Foto: Meddi.

Kulturproduktion

Under de senaste åren har Sveriges Radio lagt ner ett omfattande arbete på att utveckla olika poddformat inom ljuddrama. Intresset för spänande drama och berättelser i ljudform växer i takt med att lyssnandet via digitala platfformar ökar. Andelen av Sveriges Radios dramaproduktion som görs utanför Stockholm har också ökat under de senaste åren.

I strategin för ljuddrama i P1 är målet att utbudet ska präglas av aktualitet och spegla svensk nutid. Hösten 2021 lanserades *Före–Efter* som är Sveriges Radio Dramas största satsning någonsin och som fortsatte under 2022. *Före–Efter* är ljuddramaserier som producerats för Sveriges Radio Play och P1 och som gestaltar brytpunkter i svensk historia eller är inspirerade av verkliga händelser där Sverige kan sägas har gått från ett "före" till ett "etter". *Före–Efter* har också prisats i tävlingar utanför Sveriges gränser vilket du kan läsa mer om i 3.9 *Priser och utmärkelser*.

Formatet *P3 Serie* fortsatte under 2022 med bland annat lanseringen av thrilleren *Systemet* som handlar om en ung killens väg mot radikalisering och hans systers försök att rädda honom. *Systemet* är en svensk version av en engelsk Prix Europa-belönad serie där manuset ursprungligen beställdes av BBC-kanalen Radio 4. I övrigt består *P3 Serie* alltid av nyskriven svensk dramatik riktad till en ung publik vilket du kan läsa mer om i 6.3 *Barn och unga*.

I anslutning till flera *P3 Serie*-säsonger som finns på Sveriges Radios digitala platfformar kan pedagoger ta del av en lärarhandledning via sverigesradio.se så att de enkelt ska kunna använda dramaserier i sin undervisning.

I *Radioföljetongen & Radionovellen* sänds noveller som beställts av och specialskrivits för Sveriges Radio. Formatet och produktionerna lyfts också fram genom Sveriges Radios *Novellpris* där fem av novellerna som sänts under året nomineras av en jury och där lyssnarna sedan får rösta fram vinnaren som tillkännages under *Litteraturveckan i P1*.

Tillgängliggöra kultur

Sveriges Radio gör kulturutbud och kulturupplevelser tillgängliga för lyssnarna på flera sätt i företagets olika kanaler.

- P4-kanalerna lyfter fram och speglar det lokala kulturlivets musiker och artister genom exempelvis evenemanget *P4 Nästa*.
- *Dagens dikt* i P1 introducerar klassisk lyrik men också nyskriven dikt och författarskap från hela världen.
- *Radioföljetongan* och *Radionovellen* erbjuder uppläsningar av litteratur anpassade för lyssnande via radio eller on demand.
- *Sveriges Radios Romanpris* i P1 ger varje år en lyssnarjury i uppdrag att läsa de nominerade böckerna och sedan utse årets vinnare. Juryn rekryteras i en ny del av landet varje år efter att bokcirklar i regionen fått anmäla sitt intresse för att delta. Juryns överläggningar sänds i radio.
- *Barnradions bokpris* har ett liknande upplägg där en grupp barn i ålderskategorin 9–12 år utgör en jury och väljer ut den bok som jurymedlemmarna tycker är årets bästa för den målgrupp de tillhör.
- Kultur tillgängliggörs också i utbudet för minoritetsspråk.
- I podden *Dramaklassiker* samlas klassiska pjäser ur Radioteaterns arkiv där lyssnarna kan höra många av Sveriges främsta skådespelare under 1900-talet.
- Inom Sveriges Radios musikutbud och genom Berwaldhallens verksamhet erbjuds en mängd kulturupplevelser, vilket beskrivs längre fram under de musikrelaterade rubrikerna.

Nordisk kulturgemenskap

Hösten 2022 lanserades dramasatsningen *Vikingar* där Sveriges Radio samarbetar med danska DR, norska NRK, isländska RÚV samt kanadensisk public service. I lanseringen på den svenska marknaden ingår bland annat också en konsert i Berwaldhallen med seriens originalmusik samt P3 *Historia*-avsnitt om vikingar.

Vid sidan av *Vikingar* samarbetar företagen inom nordisk public service i flera andra produktioner, och kulturfrågor i Norden bevakas löpande.

Några exempel:

- Programmet *Norsken, svensken och dansken* sänds i P1 och görs i samarbete mellan Sveriges Radio och Norsk Rikskringkasting, NRK, inom ramen för Nordvision som samlar samtliga nordiska ländernas public service-bolag. Programmet syftar till att bidra med kunskaper om likheter och skillnader mellan våra respektive länder.
- *Kulturnytt* rapporterar regelbundet från de andra nordiska länderna i sina olika editorier i P1, P2 och P4. De nordiska bolagen har också möjlighet att sända varandras inslag i sina respektive länder.
- *Sameradion* producerar direktsända morgonprogram tillsammans med de samiska redaktionerna vid YLE och NRK, vilket beskrivs i 6.5 Minoritetsspråk.

Samarbeten med kulturinstitutioner

Till kulturinstitutioner räknar Sveriges Radio kulturproducerande institutioner och aktiviteter som får offentligt stöd från stat, region eller kommun, till exempel teater- och operainstitutioner och statligt finansierade symfoniorkestrar, musikanordnare som Länsmusiken och musikhögskolorna samt fria kulturgrupper. Till kulturinsti-

tutioner räknas även bibliotek, museer och kulturförningar samt sändningar från eller inspelningar vid festivaler.

Antalet samarbeten med kulturinstitutioner minskade kraftigt under pandemin till följd av restriktioner, säkerhetsåtgärder och framskjutna evenemang under 2020 och 2021. De osäkra förutsättningarna försvårade och omöjliggjorde i många fall såväl långsiktig planering som genomförande av samarbetsprojekt även under inledningen av 2022.

Många av samarbetena med kulturinstitutioner görs i det rikssända utbudet, till exempel konserter som sänds i P2. Nivåerna under 2022 för antalet samarbeten påverkades av att det under ett antal månader inte fanns något gällande avtal mellan å ena sidan Sveriges Radio och Sveriges Television (via branschorganisationen Svensk Scenkonst) och å andra sidan Symf (Sveriges Yrkesmusikerförbund) och Musikerförbundet om rätten att tillgängliggöra inspelningar från Svensk Scenkonsts medlemmar on demand.

Den största andelen av Sveriges Radios samarbeten med kulturinstitutioner görs dock av P4-kanaler som en del av det lokala utbudet och kan innehålla allt från livesända konserter till boksamtal på bibliotek.

Musikutbudet i Sveriges Radio

Musiken är i centrum i Sveriges Radio. 55 procent av den sammanlagda sändningstiden i marknätet 2022 utgjordes av musik. Under året spelades 100 604 unika musiktitlar i Sveriges Radio.

Musikutbudet är också avgörande i Sveriges Radios arbete med att uppfylla kulturuppdraget. Musik från hela världen och hela landet spelas, och utbudet ska präglas av kulturell och språklig bredd och spänna över många genrer inom konst- och populärmusik. Varje kanal har en musikpolicy med uppsatta mål kring framför allt svensk musik, svenska upphovsmän och sång på svenska. Ambitionen är att urvalet av musik ska vara jämnt fördelat mellan manliga och kvinnliga utövare. →

6.2.1 Kultur – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	8 254	8 196	7 994			
Parallelsändning	751	725	723			
Repris	1 193	1 185	1 292			
TOTALT	10 198	10 106	10 009			

Kommentar: Antalet sändningstimmar för kultur minskade något i P3 och i P1. Sveriges Radio Finska ökade antalet kulturtimmar till följd av att ungdomsprogram definierats om från musik till kultur.

6.2.2 Samarbeten med kulturinstitutioner, antal utsändningar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Rikskanaler	283	225	488			
Lokala kanaler	834	482	607			
TOTALT	1 117	707	1 095			

Kommentar: Antalet utsändningar från samarbeten med kulturinstitutioner sjönk markant under 2021 till följd av pandemin.

6.2.3 Samarbeten med kulturinstitutioner, antal timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Rikskanaler	322	316	591			
Lokala kanaler	727	137	235			
TOTALT	1 049	453	826			

Kommentar: Antalet sändningstimmar från samarbeten med kulturinstitutioner sjönk markant under 2021 till följd av pandemin.

Sveriges Radio arbetar för att främja

- musiklivets utveckling och introducera ny musik och nya talanger
- musik av svenska upphovsmän och med svenska artister och utövare.

Företaget har en omfattande egen produktion och utsändning av levande musik till hela landet. Musiker och artister medverkar också i lokala kanaler.

Den största andelen sändningstid utgörs av populärmusik som är ett ytterst brett begrepp och rymmer många både smala och breda gener samt musik från olika epoker.

I 3.9 Priser och utmärkelser kan du läsa om att Sveriges Radio 2022 tilldelades utmärkelsen *Stimgitarren* av musikrättighetsorganisationen Stim med motiveringen "Sveriges Radio får årets Stimgitar för att de med den svenska musiken i fokus och ett gediget arbete för ett mer jämställt musikliv tar både musiken och musikbranschen på allvar. Genom välkända och etablerade format som P2 i parken, Musikhjälpen, P3 Guld och P4 Nästa lyckas SR ständigt lyfta, hylla och stärka musiken och musikskaparna bakom. Detta samtidigt som man ger lyssnarna möjlighet att upptäcka – och njuta av – fantastisk musik. Sveriges Radio är verkligen en värdig vinnare av Stimgitarren 2022."

Musiken i P2

Konstmusik utgör 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 musik i P2 är cirka 40 procent, och konserter som produceras utanför Stockholm står för mer än hälften av utbudet. P2 samarbetar →



Artisten Cleo live i Musikhjälpens studio i Göteborg, december 2022. Foto: Daniel Stigefelt / Sveriges Radio

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

Berwaldhallen med Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören har en särställning. Alla konserter med ensembleerna sänds i Sveriges Radio. Företaget beställer löpande ny musik av framför allt svenska tonsättare åt Sveriges Radios Symfoniorkester, Radiokören och P2. Beställningsverksamheten ska bidra till ett levande svenskt musikliv och ett jämfört musikutbud.

De andra stora genrerna i P2 är följande:

- **Jazz** som rör sig mellan traditionella och mer moderna uttryck. Livekonserter från landets jazzscener, ny svensk jazz på skiva och Jazzradion finns i utbudet. SR uppmärksammar löpande ny svensk jazz, och 2022 tillsattes en särskild konstnärlig ledare för musikgenren.

- **Folkmusik** som rymmer visor, folk- och världsmusik samt konstmusik från andra kulturer än den västerländska. Genren hörs i bland annat *Folkmusiken i P2*, och utbudet präglas av samarbeten med svenska arrangörer och av en stor andel musik med svenska utövare och upphovsmän.

Musiken i P3 och P4

Sedan 2021 arbetar Sveriges Radio efter en särskild musikstrategi med fokus på P3 och P4. Syftet är att tydliggöra företagets roll och position i det svenska musiklivet och för musikpubliken och att förankra musikutbudet i public service-uppdraget. Strategin bygger på ett omfattande arbete för att utreda musikens roll och betydelse i P3 och P4 i det nutida musik- och medilandskapet där strömningstjänster står för en allt större

6.2.4 Musik – marksänd tid fördelad på sändningstyp, antal timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Fonogrammusik						
Förstasändning	56 399	55 904	55 896			
Parallelsändning	3 947	3 902	3 889			
Repris	1 081	1 139	1 105			
TOTALT FONOGRAMMUSIK	61 427	60 945	60 890			
Levande musik						
Förstasändning	5 157	5 139	5 183			
Parallelsändning	0	0	0			
Repris	2	3	1			
TOTALT LEVANDE MUSIK	5 159	5 142	5 184			
TOTALT MUSIK	66 586	66 088	66 074			

Johan Korssell är en välkänd röst för P2:s lyssnare, bland annat i det egna programmet *Korssell i P2*. Foto: Ellen Nordin/Sveriges Radio



del av publikens musiklyssning. Under 2022 har bland annat P3 utvecklat sändningar från musikfestivaler som exempelvis Way Out West i Göteborg.

Det stora och varierade utbudet av musik i P3 är en viktig del av kanalens profil och utveckling. P3 spelade 14 366 unika titlar under 2022 varav 40,2 procent var svenska (42,7 procent 2021). Av de 50 mest spelade låtarna var hälften svenska.

Den bredd av titlar som P3 erbjuder är väsentligt större jämfört med många liknande public service-kanaler i Europa och även jämfört med kommersiella radiokanaler i Sverige. Under de senaste åren har P3 också utvecklats mot att

spela allt färre av de titlar som förekommer i kommersiella radiokanaler.

39,3 procent av låtarna som spelades i P3 2022 framfördes av kvinnliga artister, 42,8 procent av manliga artister medan duetter uppgick till 17,9 procent. Under 2022 har P3 fortsatt att satsa mer på specialiserad musikjournalistik och fördjupning. I den linjära radiokanalen kommer andelen direktsända timmar också att öka, och integrationen av musikbevakning i P3 Nyheter kommer att fortsätta.

Sedan 2021 är P3 Din Gata en renodlad hiphopkanal som riktar sig till yngre målgrupper, vilket du kan läsa mer om i 6.3 Barn och unga.

6.2.5 Musik – marksänd tid med undergrupper, antal timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Fonogrammusik						
Populärmusik, olika genrer	57 467	57 087	56 973			
Konstmusik	3 421	3 322	3 444			
Jazzmusik	286	258	240			
Folkmusik	253	278	233			
TOTALT FONOGRAMMUSIK	61 427	60 945	60 890			
Levande musik						
Populärmusik, olika genrer	1 563	1 531	1 570			
Konstmusik	3 341	3 348	3 352			
Jazzmusik	169	174	174			
Folkmusik	86	88	88			
TOTALT LEVANDE MUSIK	5 159	5 142	5 184			
TOTALT MUSIK	66 586	66 088	66 074			

Kommentar: Det totala antalet timmar spelad musik låg i princip på samma nivå 2022 som 2021. Kategorin "Levande musik" ökade något, främst som en följd av ett ökat antal sändningstimmar för P4 Live. Fonogrammusiken minskade något vilket i huvudsak hängde samman med att antalet lokala timmar minskade något under tiden P4 sände vinter-OS och fotbolls-VM.

EBU och musiken

De europeiska public service-bolagen har ett omfattande samarbete kring konsertmusik inom Europeiska radio- och TV-unionen EBU (European Broadcasting Union). Utbytet som sker inom samarbetet står för en betydande del av Sveriges Radios musikutbud 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 i Berwaldhallen erbjuds EBU:s medlemmar. Ensemblernas existens är en förutsättning för detta utbyte och i förlängningen även en förutsättning för kanalen P2:s existens och utbud.

P3 samarbetar också med EBU och har en invald representant i EBU Eurosonic Group.



Samir Yosufi leder bland annat P3 Mix där lyssnarna hör ny dansmusik. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.



Svensktoppen fyllde 60 år hösten 2022 – det firades bland annat med att Björn Dixgård, Petra Marklund, Cornelia Jakobs och Peter Jöback sjöng kända Svensktoppen-låtar under en konsert tillsammans med Sveriges Radios symfoniorkester i Berwaldhallen. Foto: Arne Hyckenberg.

Berwaldhallen – landets största konserthus

• 11 / MEDELSVILLKOR

» SR ska bedriva konserthusverksamhet i Berwaldhallen genom Sveriges Radios symfoniorkester och Radiokören. «

Berwaldhallen med Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören är en betydelsefull musikinstitution och bidrar till kulturuppdraget genom att sprida levande musik över hela landet. Samtliga konserter från Berwaldhallen sänds i P2. Konserthuset kan därmed sägas vara det största i sitt slag

i Sverige då utbudet når en stor publik som annars har långt till en institution av detta slag.

Sedan 2003 (med avbrott pandemiåret 2020) arrangerar Sveriges Radio den årliga Östersjöfestivalen, med gäster och musikutbud på hög internationell nivå. Syftet är att stärka samhörigheten mellan Östersjöländerna med en kombination av klassisk musik och samtal med fokus på den känsliga miljön i och runt Östersjön. 2022 års tema belyste bildningens betydelse för ett hållbart samhälle, och vid sidan av musiken arrangerades samtal med forskare, experter och kulturtövare samt aktiviteter med en lång rad närvarande organisationer med fokus på miljön i och kring Östersjön.

Under 2022 kunde Sveriges Radios Symfoniorkester samt Radiokören genomföra turnéer utomlands efter ett par år där pandemirelaterade restriktioner och säkerhetsåtgärder begränsat möjligheterna att genomföra internationella

samarbeten och utbyten över såväl nationella som musikaliska gränser. Egna turnéer samt gästspel i Berwaldhallen av utländska dirigenter, solister och artister är en förutsättning för att kör och orkester ska kunna fortsätta att prestera på internationell toppnivå.

Beställningsverksamhet – ett ansvar för svenska musikliv

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 ensembleerna, symfoniorkestern och Radiokören.

Utgångspunkten för beställningsverksamheten är ett jämställt musikutbud. För att uppnå

ett jämställt musikliv eftersträvas också en jämnd fördelning mellan manliga och kvinnliga upphovs-personer och utövare i Berwaldhallens verksamhet där ett särskilt ansvar också tas för musik av svenska upphovsmän och med svenska artister och utövare.

Berwaldhallen har under de senaste åren strävat efter att öppna verksamheten för fler genom att ständigt testa nya former för konserter och scenprogram. Berwaldhallen har också utvecklats till en mötesplats för samtal om konstens och musikens roll i ett demokratiskt samhälle. Evenemangen utgår från public service-uppdraget och vänder sig till många olika grupper med olika tilltal och teman för konserterna. Berwaldhallen riktar sig särskilt till barn och unga och har ett samarbete med orkesterskolan El Sistema för att utveckla intresset för konstmusik bland unga i Stockholms förorter. ■

6.3 Barn och unga

§ 9 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» 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. «

Intresset för nyheter och samhällsfrågor i de yngre åldersgrupperna är mycket stort, och under det dramatiska 2022 har Sveriges Radios utbud för både barn och unga i hög grad präglats av bevakning av krig, politik och ekonomi. Företaget lägger också stora resurser på att utveckla och vässa metoderna för att nå unga målgrupper med public service-uppdragets kärnuppgifter.

Alla program för barn och unga som kan höras i Sveriges Radios kanaler och plattformar bygger på idéer och projekt som initierats inom företaget eller på programförslag från svenska produktionsbolag. Stora delar av utbudet produceras internt, men till många projekt och program anlitas externa aktörer. Sveriges Radio arbetar på detta sätt för att möta kravet i sändningstillståndet på omfattande nyproduktion och egen produktion och för att garantera en bredd och en mångfald i utbudet.

Det allra mesta av det innehåll Sveriges Radio sänder och publicerar för barn och ungdomar är också nyproduktion. Innehållet är uteslutande producerat i Sverige och på svenska eller något av de nationella minoritetsspråken.

För barn upp till 12 år var uppskattningsvis 80 procent av utbudet, 100 procent av nyheter och sport samt 80 procent av övriga programkategorier egen produktion.

För unga mellan 13 och 19 år var uppskattningsvis 85 procent av utbudet, 100 procent av

nyheterna, 70 procent av underhållningen samt 85 procent av övriga programkategorier egen produktion.

Definitioner av målgrupper

Drygt 2,4 miljoner personer i Sverige är i åldrarna 0–19 år, enligt statistik från Statistiska centralbyrån.¹ Variationen av behov och förutsättningar inom hela denna grupp är naturligtvis enorm. Vid sidan av ålder finns det många andra faktorer som har betydelse för de unga lyssnarnas möjligheter att ta del av Sveriges Radios utbud. Föräldrarnas vana vid och förtroende för medier är en sådan påverkansfaktor, och tillgång till Sveriges Radio i skolan kan vara en annan faktor. Dagens barn och unga växer också upp i en tillvaro med en närmast oändlig mängd valmöjligheter vad gäller innehåll på digitala platfformar, och en stor del av mediekonsumtionen och sätten att ta del av allt från nyheter till underhållning går via olika typer av sociala medier.

Den sammantagna effekten av förändrade och allt mer skiftande livsvillkor i kombination med det fragmentiserade utbudet och de mängder av digitala tjänster som vänder sig till barn och unga ställer höga krav på public service-företagen att nå ut med sina respektive uppdrag. Utvecklingen gör också indelningar av den unga publiken i breda ålderskategorier allt mindre relevanta. I 5.3 Programkategorier kan du läsa mer om hur genreindelningar och sändningsvolymer blir allt trubbigare mått för att utvärdera publicistisk relevans och måluppfyllelse. Konkurrensen om de ungas tid från globala tech- och underhållningsjättar blir successivt allt större. Utmaningen för Sveriges Radio är därför inte att producera vissa volymer eller fylla kvoter av innehåll för strikt avgränsade ålderskategorier – den stora utmaningen är att nå barn och unga med svenskproducerad public service som de uppfattar som relevant, intressant och spännande.



Juryn som utsåg vinnaren av *Barnradions bokpris* 2022 bestod av Jurre Van Noord, Tage Kihlbaum Rosell, Lova Tunberg, Sonja El-khoury och Linn Barraza Bondeson. Foto: Alexander Donka.



Utbudet i Barnradion

Sveriges Radios svenska barnutbud riktar sig till i huvudsak två målgrupper: yngre barn upp till cirka 8 år och äldre barn upp till cirka 12–13 år. Men behoven och intressena är naturligtvis mycket olika inom dessa målgrupper – från de allra yngsta, som är målgrupp för *Bebispodden*, och sedan uppåt i åldrarna.

Ett starkt fokus ligger på att utveckla nya format för barn på digitala plattformar. Hela utbudet av program och poddar för barn finns naturligtvis på *Sveriges Radio Play*.

Den programtitel i barnutbudet som år efter år når störst publik är *Julkalendern* som riktar sig till de äldre barnen. En särskild julkalender – eller ljudkalender – som utgår från *Radioapan* produceras också för yngre barn.

Merparten av FM-utbudet sänds i familjekanalen P4. Under sommaren och novemberlovet sänds delar av utbudet också i P1. *Barnradion* producerar även specialbeställda poddar för digital lyssning. Barnprogram på de nationella minoritetsspråken sänds i P2 och *Sveriges Radio Play*, vilket redovisas i avsnittet 6.5 *Minoritetsspråk*.

För mindre barn finns *Radioapans knattekanal* i DAB alla dagar året om. 2023 förlängs sändningstiden en timme och kan då avlyssnas klockan 06.00–21.00. Kanalen innehåller välkända visor och musik, och *Radioapan* bidrar med igenkänning, prat och finurliga texter mellan låtarna. *Radioapan* har också två appar som beskrivs i 4.2 *Digitala plattformar*.

6.3.1 Marksänd tid för svenska barn och unga 2022, timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Barn upp till 12 år	5 329	5 308	5 310			
Ungdomar 13–19 år	6 249	7 953	7 837			

Kommentar: Ökningen i målgruppen 13–19 år från 2020 till 2021 var en följd av ändrad målgrupp för P3 *Din Gata*.

6.3.2 Marksänd tid för barnutbud på svenska fördelad på programkategorier 2022, timmar

	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Förstasändning	21	49	0	1 075	6	54	4 102	0	5 307
Parallelsändning	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Repris	0	0	0	2	0	1	0	0	3
SUMMA	21	49	0	1 077	6	55	4 102	0	5 310

6.3.3 Marksänd tid för tonårsutbud på svenska fördelad på programkategorier 2022, timmar

	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Förstasändning	295	411	105	648	94	179	5 795	37	7 564
Parallelsändning	69	20	1	6	2	19	82	0	199
Repris	2	6	2	26	0	0	37	0	73
Summa 2022	367	437	108	681	96	198	5 913	37	7 837
Summa 2021	428	443	106	750	92	208	5 888	38	7 953
Förändring	-61	-6	2	-69	4	-10	25	-1	-116

Kommentar: Minskningen av marksänd tiden för svenska ungdomar 13–19 år härrör främst från förändrat utbud i P3. Antalet sändningstimmar för målgruppen barn upp till 12 år var i princip desamma 2021 och 2022.

Utveckling av innehåll för yngre och äldre barn

Barnradion är till för barnen. Program och poddar ska förmedla nyheter och fakta till barn utifrån barns egna villkor och erbjuda dem konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen. Barnradion ska vara trovärdig och spegla bredden av perspektiv som finns i hela den unga befolkningen samt vara tillgänglig för alla barn.

Barnradion arbetar ständigt med innehåll och programutveckling samt ser över vilka nya platfor- mar utbudet bör finnas på. Detta arbete sker nära målgruppen. Samtal med barn, deras föräldrar och pedagoger är såväl en självklar del i arbetet som en metodik Barnradion använder sig av. Under 2022 har ett mycket stort fokus legat på att utveckla, producera samt nå ut med innehåll om de två större nyhetshändelser som präglat året,

kriget i Ukraina och valet i Sverige. Under året har Juniornyheterna, som riktar sig till äldre barn, utvecklat och producerat en stor mängd rapporterande, fördjupande och förklarande innehåll kring Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina. Innehållet har också samlats under en gemensam sida på sverigesradio.se.

Här kan bland annat nämnas Juniornyheternas specialpoddar

- från veckorna innan kriget bröt ut vilka förklarade bakgrundens och uppträppningen
- där redaktionen och utrikesmedarbetare svarat på unga lyssnarens frågor om kriget
- om de respektive presidenterna för Ryssland och Ukraina



Podden *Stora händelser* ger de unga lyssnarna 10 minuter långa avsnitt om de största nyhetshändelserna under de senaste 30 åren. Illustration: Gabriella Agnér.

- om varför ekonomin i samhället förändrats efter kriget och varför många saker blivit mycket dyrare.

Podden *Stora händelser*, som riktar sig till de äldre barnen, lanserades 2021 och har vidareutvecklats under 2022. Den tio minuter långa podden, som också sänds i P4, berättar om stora, dramatiska nyhetshändelser som förändrat världen. I anslutning till varje avsnitt finns diskussionsfrågor som underlag för lärare som använder podden i sin undervisning. 2022 belönades *Stora händelser* med guldmedalj i den internationella radio- och podd-tävlingen New York Festivals, och du kan läsa mer om detta i *3.9 Priser och utmärkelser*.

För Barnradion är det också mycket viktigt att erbjuda poddformat som utgår från specifika ämnen som intresserar många i målgruppen äldre barn. Under året lanserades *Storytimepodden* där unga Tiktokstjärnor och Youtubeprofiler berättar om saker och händelser som varit viktiga i deras liv samt hur det är att växa upp med att få kommentarer om vad de gör och hur de ser ut från hundratusentals följare. *Bovar och brott*, som handlar om spektakulära brott från 1900-talet och tidigare epoker, lanserades 2021 och har utvecklats ytterligare under 2022.

För att nå unga lyssnargrupper som från tidig ålder är vana vid att ta del av innehåll via digitala platfor- mar lägger Barnradion stort fokus på att utveckla poddformat och metoder för att nå ut med innehållet. För yngre respektive äldre barn finns också särskilda poddsamlingar i form av *Barnradions poddpaket* på Sveriges Radio Play.

Utbud på barns egna villkor

Program som exempelvis *Barnradions bokpris*, *Vi i femman* och *Juniornyheterna* är exempel där redaktionen arbetar i nära samarbete med skolor. Det finns fler exempel på hur barn och pedago- ger bidragit till att utforma program:

- *Helt sant* är ett vetenskapsprogram om jorden och miljön som utvecklades utifrån förslag från målgruppen.
- *Historierummet* i Barnradion har anpassat valet av historiska personer efter önskemål från såväl skolklasser som pedagoger.
- *Radioapans knattekanal*, som sänds i DAB och via digitala platfor- mar klockan 06.00–02.00 varje dag, är anpassad för att följa de små barnens dygnsrytm, till exempel att vakna på morgonen, klä på sig kläder, borsta tänderna och andra rutiner.

Nyheter och fakta för yngre barn

Barnmorgen i Barnradion sänds varje vardagsmorgon i P4 och från hösten 2022 också på söndagsmorgnar i samma kanal. Programmet är barnens egen "hörna" och bygger på samtal med de mindre barnen. Redaktionen arbetar konsekvent med att lyfta fram barn med olika förutsättningar från olika platser i landet och på olika platser i livet. Programmet har fokus på att alla barn som lyssnar ska känna sig delaktiga och kunna identifiera sig med innehållet och har teman under veckodagarna som "måndagsväckningen", "tisdagskullen", "djuronsdag" och "kompistorsdag". Under 2022 har temana gjorts tydligare i presentationen på Sveriges Radios digitala platfor- mar. På fredagar får barnen hjälpa programledaren att lösa mysterier, och hösten 2022 utökades *Barnmorgen* i Barnradion med ytterligare ett avsnitt varje söndag i P4 där mysterierna fördjupas ytterligare.

2022 belönades *Barnmorgen* i Barnradion med Guldörat i kategorin "Årets morgonpro- gram" där kriteriet för att belönas är "ett morgon- program som genom utveckling och förnyelse under det senaste året skapat en ny relation med lyssnarna."²

Nyheter och fakta för äldre barn

Tidigare nämnda *Juniornyheterna* producerar nyhetsuppdateringar måndag till fredag samt fördjupar ett aktuellt ämne varje lördag i *Juniornyheterna Special*. Utbudet sänds i P4 och publiceras på Sveriges Radio Play och rymmer såväl inrikes- och utrikesnyheter som underhållning och sport. Barn från hela landet som lever under olika ekonomiska villkor samt barn med funktionsnedsättningar medverkar och pratar om sina intressen och speciellkunskaper. *Juniornyheterna* har också ett nära samarbete med lokala P4-stationer.

Enligt en målgrupsundersökning 2021 är cirka 50 procent av barnen i *Juniornyheternas* målgrupp intresserade av nyheter. Arbetet fortsätter med att utveckla sätten att nå ut till lyssnarna via digitala plattformar och genom dialog i sociala medier. Sveriges Radio arbetar också löpande för att öka kännedomen om *Juniornyheterna* genom att nå ut till skolor och föräldrar.

Vi i femman är Sveriges största kunskapstävling för barn och ett klassiskt, välkänt programformat som sänds i Sveriges Radio sedan 1963. Varje år deltar tusentals klasser från hela landet i uttagningstävlingen där sedan 200 klasser tar sig vidare till radiotävlingarna i Sveriges Radio P4. Alla elever i årskurs 5 i Sverige har möjlighet att vara med i tävlingen.

Kulturupplevelser från olika delar av världen

För yngre barn sänder och publicerar *Sagor i Barnradion* återkommande sagor som utspelar sig i andra delar i världen. Exempelvis genomfördes satsningen "Sagovecka från världens alla hörn" i oktober med berättelser av författare från Lettland, Belgien, Sydafrika och Kina.

Under höstlovsveckan i månadsskiftet oktober–november satsade *Barnradion* på en läslövsspecial där kända föräldrar som exempelvis prinsessan Sofia läste böcker de själva valt ut. →



Markus Granseth och Ylva Hällen möter de yngsta lyssnarna i *Barnmorgon* i P4. Foto: Peter Hagström.



P3 Serie: Systemet är en av flera dramasatsningar som också erbjuder handledningsmaterial för lärare i årskurs 7–9 eller gymnasiet. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Andra veckor hade teman som till exempel sagor om rymden eller fokus på särskilda författare som Astrid Lindgren och Eva Lindström.

För äldre barn förmedlas kultur och konstnärliga upplevelser på flera olika sätt. *Barnradions bokpris* tilldelades boken "Älgkungen" av Maria Hellbom, och juryn bestående av mellanstadielever skrev i sin motivering bland annat att "Genom vänskap och kärlek hjälper oss boken att förstå att vi måste stoppa miljöförstöringen och klimatförändringarna. Kärleken mellan Sune och Sara håller sig inte till normen och visar att vi måste se världen med öppna ögon."

Det finns fler exempel på hur *Barnradion* förmedlar och diskuterar kultur för målgruppen:

- *Juniornyheterna* sänder och publicerar nyheter inom kulturområdet från Sverige och olika delar av världen.
- I podden *Juniornyheterna Special* som sänds varje vecka i P4 fördjupas ofta ämnen från kulturområdet som är relevanta för lyssnarna i målgruppen.
- Podden *Historierummet* tar upp historiska personer och händelser från både Sverige och olika delar av världen.
- *Drama för unga* lanserade bland annat thrillerserien *ILY (I Love You)* om kärlek, identitet och svek i online-miljö. Serien är baserad på en sann historia och i researcharbetet intervjuades sjundeklassare om sina erfarenheter av att knyta kontakter med andra på internet. *ILY*, prisbelönades också under året vilket du kan läsa om i *3.9 Priser och utmärkelser*.

Krig och val präglade tonårsutbudet

Precis som för alla andra lyssnargrupper präglades utbudet för den unga publiken under 2022 av de stora nyhetshändelserna. Sveriges Radio har som enda medieföretag en särskild korrespondent som skildrar nyhetshändelser ur ett ungt perspektiv och som var på plats och rapporterade från krigets Ukraina under året. P3 arbetar i högt tempo för att möta den unga publiken med såväl nyheter som fördjupning. Som exempel kan nämnas att redan på morgonen den 24 februari 2022 när Ryssland inledde sin fullskaliga invasion av Ukraina sände P3 direktrapporter från Ukraina, hade experter i *Morgonpassets* studio och talade med lyssnare om händelseutvecklingen – och på eftermiddagen samma dag publicerade *P3 Nyheter Dokumentär* ett särskilt nyproducerat avsnitt om krigsutbrottet. Under 2022 har fler Ukraina-fördjupningar i form av nyhetsdokumentärer och avsnitt av podden *P3 ID* släppts vid sidan av den löpande nyhetsrapporteringen.

Flera P3-redaktioner bevakade också riksdagsvalet intensivt, och *P3 Nyheter* har bland annat en särskild reporter för politik. Inte minst partiledarintervjuerna i *Morgonpasset* i P3 fick stor spridning. I *6.1 Nyheter och samhällsbevakning* kan du läsa mer om den samlade valbevakningen i Sveriges Radio under 2022.

18 457

timmar för barn och unga
sändes under 2022.

Nyheter och samhällsbevakning för tonårspublikens

Varje vardag är *P3 Nyheter* en del av P3:s linjära utbud och går in med återkommande nyhetssändningar samt med uppdateringar, sammanfattnings och kommentarer inom ramen för de längre programblocken. När en stor nyhetshändelse inträffar tar programmet antingen över tablån och går in med extrasändningar eller i befintlig tablå och uppdaterar, förklrar och analyserar. Vid sidan av en korrespondent med ungt perspektiv och en specialreporter för politik har *P3 Nyheter* även en specialreporter för spel och tech. Nyheter, samhällsfrågor och olika typer av fördjupning erbjuds också tonårspublikens i en rad titlar:

- *P3 Dokumentär* är fortsatt en av P3:s och Sveriges Radios största publiksuccéer. Framför allt är det en produktion som den unga publikens tar del av digitalt, men programmet sänds även i FM. 2022 röstade lyssnarna fram *P3 Dokumentär* som vinnare av Guldörat i kategorin "Årets podd". *P3 Dokumentär: Palmeutredningen inifrån* belönades med Guldörat i kategorin "Årets dokumentär" och nominerades även till *Stora Journalistpriset*.
- *P3 Nyheter Dokumentär* publicerar regelbundet nya avsnitt med längre berättande om aktuella nyhetshändelser.
- I *P3 Historia* följer lyssnaren en historisk person och får kunskaper om tiden huvudpersonen verkade i.
- *P3 Krim* berättar varje vecka om aktuella brott i poddformat. Vid sidan av detta sammanfattar redaktionen också veckans viktigaste krimnyheter i fristående avsnitt.
- I *Morgonpasset P3 – Gästen* erbjuds varje morgon en fördjupande intervju kopplat till en samhällsfråga.
- I *Verkligheten i P3* får lyssnaren möta en ung person bakom ett aktuellt fenomen.

Utbudsutveckling för unga

Generellt är intresset för Sveriges Radios kärnorråden nyheter, samhällsfrågor och kultur stort i publikgrupperna mellan 13 och 19 år. Utmaningen består av att utveckla nya format och anpassa befintligt innehåll till ett utbud som passar en publik som är uppväxten med att ta del av medier via digitala plattformar.

2021 genomfördes ett större analysarbete kring behov, förväntningar och intressen för olika typer av ljudinnehåll i gruppen 13–19 år. Resultaten från analysarbetet ligger från 2022 och framåt till grund för formatutveckling och innehållsstrategier för att nå den unga publikens. Ett tydligt önskemål som framkom i analysarbetet var kortare versioner av kända program- och poddtitlar. Under 2022 utvecklades därför bland annat 30 minuters-versioner av *P3 Dokumentär* vilka kommer att lanseras under 2023.

Under 2022 bedrev *P3 Nyheter* ett fortsatt utvecklingsarbete med att vidga vad som kan rymmas inom begreppet nyheter och bredda perspektiven i det som bevakas. Arbetet är också i linje med de senaste årens ökade fokus på uppdateringar och fördjupningar av nyheter i den linjära kanalen P3. Sveriges Radio arbetar också med att väcka intresse för utbudet via externa plattformar där en stor del av tonårspublikens befinner sig. En mycket stor del av målgruppen tar del av nyheter och information via sociala medier, och *P3 Nyheters* konto på Instagram är det största för nyheter i Sverige i antalet interaktioner. Under 2022 har Sveriges Radio exempelvis utvecklat olika metoder för att via *Tiktok* dra lyssnare till Sveriges Radios digitala plattformar, exempelvis genom partiledarintervjuer och dokumentärer.

Som ett led i utvecklingen av utbudet kommer nya poddtitlar lanseras under 2023 med inriktning på åldersgrupper mellan 13 och 17 år. Under det kommande året är det också premiär för *Fria Ordets Dag* i en version anpassad för elever i årskurs 9, vilket du läsa mer om i bland annat *3.4 En livskraftig mediemarknad*. I samband med detta knyts Sveriges Radios utbud för tonårspublikens närmare *Fria Ordets Dag* genom olika aktiviteter och innehållssatsningar.



Som ett led i utvecklingen av utbudet kommer nya poddtitlar lanseras under 2023 med inriktning på åldersgrupper mellan 13 och 17 år.

Kulturella och konstnärliga upplevelser för unga

Kultur och populärkultur i bred bemärkelse tas löpande upp i P3-poddar och även i den linjära kanalens utbud. *P3 Din Gata*, som sänds i DAB+ och Sveriges Radio Play, är en renodlad hiphop-kanal som riktar sig till åldersgruppen 13–19 år med program som exempelvis *Stationen* med artistintervjuer och liveframträden, *P3 Din Gata med Assia* som fokuserar på musiktips och hiphop från hela världen samt klassiska *P3 Soul* om hiphop.

En rad andra format inom kategorierna Kultur och Musik är utformade utifrån den unga publikens intressen:

- *P3 Nyheter* bevakar, diskuterar och lyfter fram nyheter och aktuella frågor inom kultur- och musikområdena.
- Poddar som *P3 ID* och *P3 Historia* beskriver personer och händelser i nutiden eller i historien vilka på olika sätt påverkat kultur och samhällsliv.
- Under vinjetten *P3 Serie* erbjuds nyskriven dramatik med tyngdpunkt på spänning, skräck och mystisk krim. ■

¹ "Sveriges befolkningspyramide", scb.se 8 april 2022.

² "Guldörat 2022", radioakademien.se

6.4 Tillgänglighet

§ 10 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

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

• 19 / MEDELSVILLKOR

» Den programverksamhet på internet som SR vill ska tillgorräknas vid uppfyllandet av uppdraget ska redovisras tydligt och utförligt. «

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

- **Inkluderande tilltal och synliggörande.**

Personer med funktionsnedsättning ska höras och lyftas fram på samma villkor som alla andra medverkande i Sveriges Radio. Denna del finns också med i redaktionernas uppdrag och utvärderas löpande i lyssningsprojekt som beskrivs i 3.1 *Uppdrag inom Sveriges Radio*.

- **Anpassat utbud.** Detta gäller i huvudsak för lyssnare och användare som har kognitiva funktionsnedsättningar.

- **Tillgängliggörande och utveckling av utbudet.** Så många som möjligt ska kunna

ta del av Sveriges Radios innehåll. Det innebär att företaget ska hålla hög kvalitet när det gäller hörbarhet, begriplighet och funktioner som underlättar för publiken att ta del av innehållet.

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.

Seminarier och utbildningar hålls regelbundet för att säkra att Sveriges Radios medarbetare har kunskap i frågor som rör funktionsrätt och tillgänglighet. Arbetet hänger samman med det löpande utvecklingsarbete som beskrivs i 5.4 *Sveriges Radio ska spegla hela Sverige*.

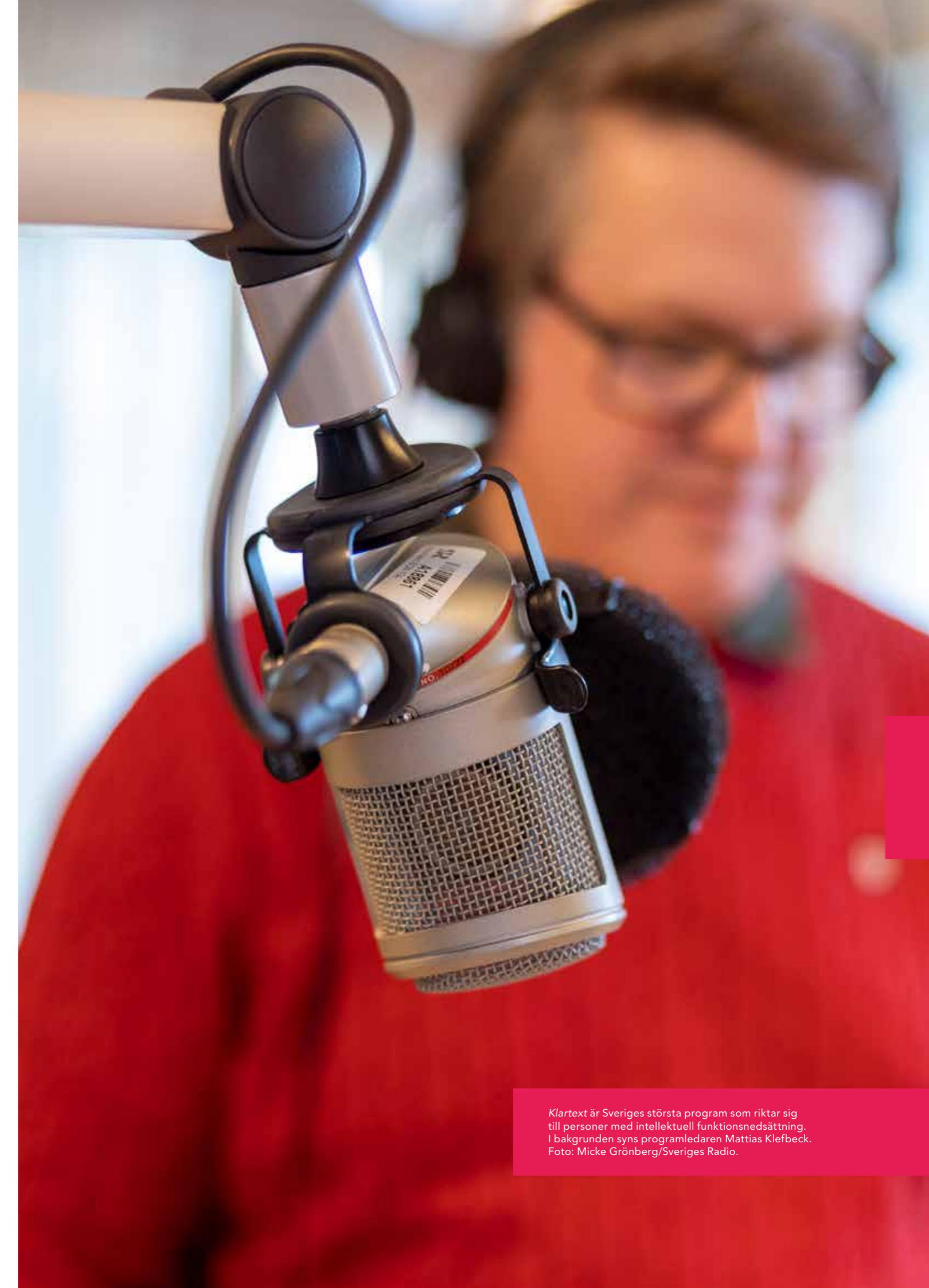
Samtliga Sveriges Radios redaktioner och kanaler har ett uttalat ansvar att se till att personer med funktionsnedsättning medverkar i utbudet – det gäller såväl programmedarbetare som gäster, intervjupersoner och andra medverkande.

När var och en representerar sig själv är funktionsnedsättningen inte intressant i sammanhanget. Om en person exempelvis har en synnedsättning eller är rullstolsburen framgår det inte för publiken som lyssnar via radio, och det är heller inte relevant att poängtera personens funktionsnedsättning om detta inte har betydelse för det som tas upp i programmet.

Program om, för och med personer med funktionsnedsättning

Sveriges Radio sänder specialprogram, nyheter och fördjupning om funktionsrätsfrågor samt program riktade till särskilda målgrupper. Utbudet har också utvecklats och breddats under 2022.

Klartext är Sveriges största program som riktar sig till personer med intellektuell funktionsnedsättning. Programmet som sänds alla vardagar i P1 och P4 presenterar nyheter i ett långsammare tempo och med enkla ord inom områden som politik, ekonomi och kultur. Programmet innehåller alltid nyheter som särskilt berör målgruppen. *Klartext* har kontinuerlig dialog med sin publik, ställer målgruppens frågor och utformar allt →



Klartext är Sveriges största program som riktar sig till personer med intellektuell funktionsnedsättning. I bakgrunden syns programledaren Mattias Klefbeck. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

innehåll så att målgruppen kan förstå och följa med i vad som händer. Placeringen i landets publik sett största radiokanaler gör också att en bred publik automatiskt tar del av *Klartexts* bevakning av frågor som är viktiga för programmets målgrupp. Under 2022 har inte minst kriget i Ukraina och riksdagsvalet bevakats och förklarats ur målgruppens perspektiv.

Programformatet *Klartext* är också framtaget utifrån de riktlinjer som beskrivs under rubriken "Hörbarhet".

Uppskattningsvis cirka 2 000 inslag som belyste frågor kring funktionsnedsättning sändes i nyhets-, samhälls- och livsstilsprogram riks och lokalt under 2022. *Ekot* och en rad lokala P4-kanaler uppmärksammar och granskar löpande frågor som rör funktionsrätt, politiska diskussioner och förändrad lagstiftning i nyhetssändningarna samt i fördjupande program. *Kulturnytt* granskar allas möjlighet att ta del av kultur och rapporterar om kultur där personer med funktionsnedsättningar är målgrupp och/eller kulturtövare. Det kan också röra sig om diskussioner om hur personer med funktionsvariationer speglas inom olika kulturella uttryck. Under 2022 upprättade *P4 Malmöhus* i samarbete med *Klartext* en tillfällig redaktion inriktad på frågor om funktionsnedsättningar, och i *6.7 Lokalt uppdrag* kan du läsa mer om det här arbetssättet.

Funk i P1 har sänts i kanalen sedan 2016 och handlar om hur livet funkar och inte funkar i ett samhälle som ska funka för alla. Under sässongen 2022 fokuserade programmet på unga kvinnor som sitter i rullstol under samlingsnamnet "Girls on wheels". Programserien *Nedkopplad i P1* tar upp det digitala utanförskap som drabbar många när samhället digitaliseras i hög takt. I serien låg ett stort fokus på personer med olika typer av funktionsnedsättning och på mäniskor som av olika skäl inte kan ta del av digitala tjänster.

Bevakning av parasport har också en framskjuten plats i Sveriges Radio. *Radiosporten* har under lång tid byggt upp specialiserad kompetens av bevakning och rapportering om olika typer av parasport. I mars 2022 hölls vinterupplagan av

Paralympics i Peking, och *Radiosporten* var på plats under hela mästerskapet och rapporterade främst i P4 men även i nyhetssändningar i andra kanaler samt på Sveriges Radios digitala platfromar. På så sätt lyftes parasport också fram för miljontals lyssnare dagligen under spelen.

Utbud och anpassningar för barn 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. För att öka tillgängligheten kompletteras många program med bildstöd på webben.

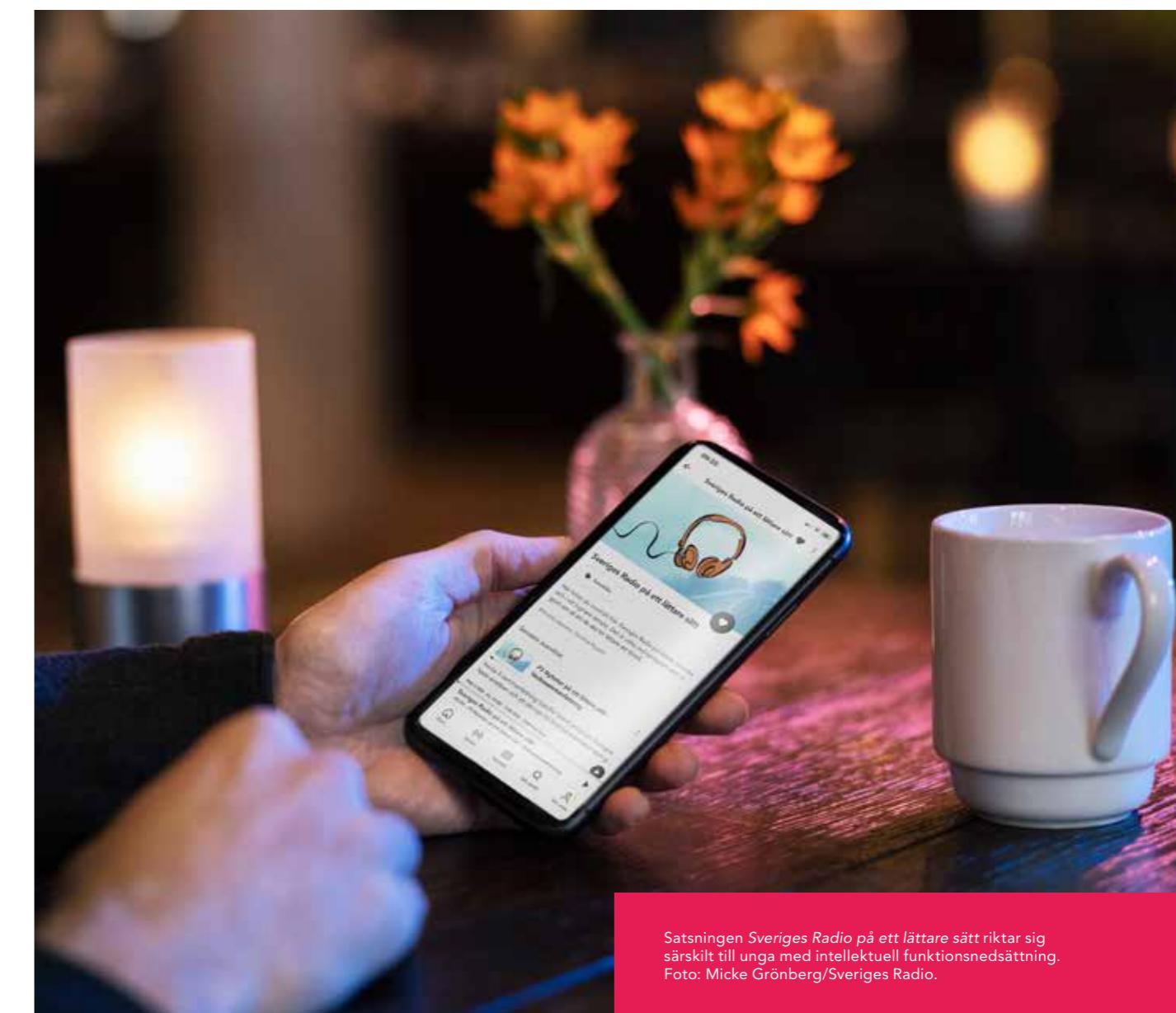
Barnradion arbetar löpande med tillgänglighet för barn med funktionsnedsättning. Program anpassas exempelvis för barn med kognitiv funktionsnedsättning utifrån tematik och produktion samt utifrån hur de presenteras, och de kompletteras med tydligt bildstöd.

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 kognitiv funktionsnedsättning. Bilderna ska tydligt spegla innehåll och målgrupp samt fungera som stöd vid lyssnande och för minnet.

Barnradion arbetar också med att låta barn med funktionsnedsättning medverka eller genom att låta en rollfigur ha en funktionsnedsättning.

När det gäller att anpassa och tillgängliggöra innehållet för barn med kognitiv funktionsnedsättning 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.

Ett av de viktigaste målen för *Juniornyheterna* är att inkludera och anpassa innehållet för barn med funktionsnedsättning. Detta görs genom



Satsningen *Sveriges Radio* på ett lättare sätt riktar sig särskilt till unga med intellektuell funktionsnedsättning.
Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

Utbud och anpassningar för unga med funktionsnedsättning

2021 inleddes Sveriges Radio ett utvecklingsarbete med att prioritera, bygga ut och anpassa utbud för unga med funktionsnedsättning vilket har fortsatt under 2022. *Sveriges Radio* på ett lättare sätt riktar sig till ungdomar som har behov av innehåll som är förklarat på ett särskilt tillgängligt vis och i ett lugnare tempo. Samlingssidan på *Sveriges Radio Play* och *sverigesradio.se* innehåller främst anpassade program, men den innehåller också länkning →

till nyheter i ett lugnare tempo från Klartext samt från *Ekot Radio Swedens Nyheter* på lätt svenska.

Sveriges Radio har valt att erbjuda Sveriges Radio på ett lättare sätt via digitala plattformar. Det är i linje med företagets strategi att utveckla utbudet riktat till ungdomar främst för lyssning och användning digitalt – utbudet ska finnas där publiken finns. Bedömningen är också att den typ av anpassat innehåll som Sveriges Radio på ett lättare sätt erbjuder fungerar bättre via digitala plattformar jämfört med i traditionella FM-sändningar. I appen eller på webbplatsen har lyssnarna tre möjligheter till anpassning: de kan lyssna när de själva vill, pauza uppspelningen och gå tillbaka i programmet samt använda visuellt stöd för lyssningen.

Inom Sveriges Radio på ett lättare sätt publiceras bland annat anpassade versioner av program och poddar som anpassats för målgruppen. 2021 lanserades *P3 Historia* på detta sätt, och under 2022 utvecklades och tillkom formatet *P3 Nyheter* på ett lättare sätt som är en anpassad nyhetssammanfattning på veckobasis. Under året har också mycket innehåll kring kriget i Ukraina och valet i Sverige publicerats i samarbete med Klartext. Inför 2023 har samtliga fyra linjära rikskanaler fått i uppdrag att utveckla anpassade versioner av någon av sina respektive produktioner. Målsättningen är att på sikt kunna erbjuda fler av "lägereldarna", det vill säga de publiskt största programmen, för målgruppen.

Som också framgår av 5.3 Programkategorier vill Sveriges Radio att utbudet inom Sveriges Radio på ett lättare sätt tillgodoräknas enligt punkt 19 i medelsvillkoren som säger att "Den programverksamhet på internet som SR vill ska tillgodoräknas vid uppfyllandet av uppdraget ska redovisas tydligt och utförligt."

Utveckling av transkribering

Sveriges Radio driver ett större utvecklingsarbete för att undersöka möjligheterna till automatisk transkribering från ljud till text som service för lyssnare med exempelvis hörselnedsättning. En förutsättning för att kunna erbjuda servicen

via Sveriges Radios digitala plattformar är att tekniken fungerar så väl att de transkriberade texterna håller en publicistisk godtagbar kvalitet med korrekt återgivning av ord, uttryck och resonemang som hörs i Sveriges Radios sändningar. Sveriges Radios talade innehåll (alltså all sändningstid exklusive musik) motsvarade nära 55 000 timmar i marknätet under 2022, och en mycket hög andel av denna tid var direktsänd. Det är en stor utmaning att utveckla lösningar där transkribering av sådana volymer av information håller tillräckligt god kvalitet. Här finns också andra frågor kring exempelvis upphovsrätt. Det kan gälla ersättningsnivåer men också hur ett verk som i första hand gjorts för ljud ska kunna presenteras i textformat som återger verkets innehåll på ett godtagbart sätt.

Så säkras god hörbarhet i Sveriges Radio

För Sveriges Radio är hörbarheten helt central. Ett större arbete som gäller hög ljudkvalitet och god hörbarhet startade 2021 med fortsättning under 2022 och de kommande åren. Ambitionen är att säkra att företaget ska leva upp till följande formulering i 10 § i sändningstillståndet: "SR ska fortsatt prioritera god hörbarhet, bland annat genom att vid utformningen av sändningarna beakta att bakgrundsljud kraftigt kan försämra möjligheten för personer med hörselnedsättning att ta del av utbudet."

Arbetet med hög ljudkvalitet och god hörbarhet inom Sveriges Radio utgår från fyra grundprinciper:

- Ljudet i programmen ska ha hög ljudkvalitet och god hörbarhet.
- Innehållet ska vara lätt att uppfatta för en förstagångslyssnare.
- När talet är innehållsbärande ska talet prioriteras i ljudbilden.

- Hörbarheten i programmen ska regelbundet utvärderas och återkopplas.

Sveriges Radio har även uppdaterat sina rutiner för regelbunden återkoppling kring programmens hörbarhet. Nya former av ljuddesign utvärderas ur ett ljud- och hörbarhetsperspektiv. Riktlinjer för ljud ingår i programbeställningar till redaktioner och kanaler, och de utgör ett viktigt underlag när produktionstekniker återkopplar program med programmakarna.

Återkopplingsmodellen utgår från en bedömning av sex olika parametrar:

- talljudets tydlighet
- ljudets karaktär
- bakgrundsljudets funktion
- jämnhet i ljudnivåer
- tempo
- ljudmässiga övergångar mellan olika delar i programmen.

Återkopplingar genomförs i olika omgångar genom hela produktionen. Ljudkvalitet och hörbarhet ingår också i introduktionsutbildningar för nyanställda och i återkoppling till externa produktionsbolag.

Tonläge, tempo och pauser i programmen ska anpassas efter målgrupp och innehåll. Jinglar, signaturer eller musik ska inte läggas på för starkt och för tätt inpå ett talat avsnitt. Det talade innehållet i Sveriges Radios produktioner ska kännetecknas av ett ledigt talspråk med god artikulation och betydelsebärande betonningar. Talljudet ska vara tydligt och distinkt, och medverkande ska undvika att tala i munnen på varandra. Olika ljud ska balanseras mot varandra så att lyssnarna uppfattar dem som jämnstarka. Miljöljud, musik och ljudeffekter används för att förstärka information och känsla – de ska inte konkurrera med eller störa det talade innehållet.

Bakgrundsljudets nivå ska anpassas så att också lyssnare med hörselnedsättning kan tillgodogöra sig talet.

Frågor och åsikter om god hörbarhet

Inför sitt beslut om 2021 års public service-redovisning ställde granskningssämnaden kompletterande frågor om hörbarhet, bland annat utifrån anmälningar om brister i hörbarhet som lämnats in till nämnden från lyssnare. Denna redovisning är därför något utökad i resonemangen om arbetet för god hörbarhet.

Ambitionen är självklart att hålla en så hög kvalitet som möjligt och på så sätt minimera antalet klagomål. Men sett till att Sveriges Radio sänder nära 2 700 timmar linjär radio och närmare drygt 78 procent av befolkningen under en genomsnittlig vecka är det sannolikt ofrånkomligt att problem och klagomål ibland uppstår.

Sveriges Radio tar emot och undersöker lyssnarens synpunkter på hörbarhet på flera sätt. Några exemplen:

- **Sveriges Radios Lyssnarservice.** Här kan lyssnare via telefon eller mejl framföra åsikter, klagomål och andra synpunkter alla vardagar i veckan. Utbudsansvariga och redaktioner har också kontinuerlig lyssnarkontakt, bland annat kring frågor om hörbarhet. Via sverigesradio.se kan lyssnare också själva ta del av de vanligaste frågorna och få information om hörbarhet och bakgrundsljud.

- **Dialogmöten.** Sveriges Radio tar regelbundet upp frågor kring hörbarhet med berörda grupper som företräder personer med hörselnedsättning. I 6.6 Mötet och dialogen kan du läsa mer om dialogmöten.

- **Attitydundersökningen.** 2022 instämde 74 procent av allmänheten i påståendet "Sveriges Radio har bra hörbarhet" i den så kallade attitydundersökningen som →



Anna Bergholz och Catrine Lundell är programledare för *Funk i P1*. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

Novus utför på uppdrag av Sveriges Radio. Motsvarande siffra bland de som lyssnar minst en gång i veckan var 82 procent. Det var en ökning med 3 procentenheter i båda grupperna sedan 2021. Det var ett trendbrott då andelarna som instämmer gradvis minskat sedan mitten av 2010-talet. Den grupp som ökat under en längre tid har uppfattningen att hörbarheten är varken bra eller dålig. De som inte alls instämmer i att Sveriges Radio har god hörbarhet ligger däremot kvar på endast 3–4 procent av såväl allmänhet som veckolyssnare. Sveriges Radio fortsätter självklart att följa och analysera förändringar av lyssnarnas upplevelser av hörbarhet.

Bland de vanligaste klagomålen som kommer in till Sveriges Radio finns telefonintervjuer och digitala intervjuer med en upplevd låg kvalitet ur hörbarhetssynpunkt. En konkret åtgärd inom detta område är satsningen på att medarbetare och medverkande ska använda verktyget *Medi*, en innovation som Sveriges Radio utvecklat och som automatiskt förbättrar ljudkvalitet i intervjuer via datorer och telefoner. Andra typer av klagomål kan gälla exempelvis bakgrundsmusik, miljöljud, jinglar, ljudeffekter eller ojämna ljudnivåer.

2021 genomfördes också ett omfattande arbete med kunskapsinsamling och omvärldsanalys kring hörbarhet som bland annat ledde fram till

- en guide för arbetet med hörbarhet som riktar sig till medarbetare
- uppdaterade riktlinjer för god hörbarhet, vilka utgör en förkortad version av ovan nämnda guide lämpliga att ha som stöd vid redaktionsmöten, utvärderingar och i andra sammanhang
- ett underlag med frågor och svar kring hörbarhet vilket inte minst Lyssnarservice använder i sin dialog med lyssnare som hör av sig med frågor och klagomål

- ett underlag med fakta kring Sveriges Radios arbete med hörbarhet vilket medarbetare kan använda vid kontakt med olika intressegrupper eller med särskilt engagerade lyssnare.

Så utvecklas hörbarhet i poddar och program

Enligt sändningstillståndets femte paragraf ska programverksamheten som helhet utmärkas av ”nyskapande form och innehåll”, och en viktig del i radiomediets attraktion är ljudhantverk som ger lyssnaren starka upplevelser och känslor av närvaro i berättelsen. Därför ställs höga krav på att komplexa ljudbilder också lever upp till kraven på en god hörbarhet och tillgänglighet för alla lyssnare.

Under 2022 har Sveriges Radio gjort tester för att via företagets digitala plattformar kunna erbjuda program och poddar i anpassade versioner där talljudet lyfts fram mer än annars. Musikinslag, ljudeffekter och miljöljud i dessa anpassade versioner hålls på väsentligt lägre ljudnivåer jämfört med i de ursprungliga versionerna.

Projektet går under benämningen *Tydligare tal* och syftar till att kunna erbjuda en förbättrad service till lyssnare som av olika skäl efterfrågar en särskilt tydlig ljudbild och extra god hörbarhet. I projektet samarbetar Sveriges Radio bland annat med *Hörselskadades Riksförbund (HRF)* kring fokusgrupper med användare ur målgruppen. Responsen har varit god, och målsättningen är att långsiktigt kunna erbjuda lyssnare anpassade versioner av en rad program och poddar. ■

2022 instämde 74 procent av allmänheten i påståendet ’Sveriges Radio har en bra hörbarhet’.

6.5 Minoritetsspråk

§ 11 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Förstasändningar på vart och ett av de nationella minoritetsspråken samiska, finska, meänkieli, romani chib och jiddisch ska öka under tillståndsperioden jämfört med 2019 års nivåer.

SR:s samlade programutbud på samiska, finska, meänkieli och romani chib ska, sammantaget med SVT:s och UR:s utbud, uppgå till minst 2019 års nivå. Det samlade programutbudet på jiddisch ska, sammantaget med SVT:s och UR:s utbud, öka under tillståndsperioden jämfört med 2019 års nivå. SR, SVT och UR får sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser avseende den programverksamhet som omfattas av denna bestämmelse. «

§ 9 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

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

Sveriges Radio sänder radio och publicerar innehåll on demand på de fem nationella minoritetsspråken samiska, finska, meänkieli, romani chib och jiddisch. Ambitionen är att stärka de nationella minoriteternas språk, kultur och identitet.

Tillsammans med SVT och UR arbetar Sveriges Radio med att öka det totala antalet förstasändningar på minoritetsspråk under tillståndsperioden 2020–2025. Sveriges Radio arbetar också löpande för att utbudet på minoritetsspråk ska nå ut bättre på digitala platfformar genom att utveckla

- ett mer relevant innehåll
- arbetet med att nå målgrupperna på digitala platfformar och via dialog i sociala medier.

Av alla timmar som public service-bolagen totalt erbjuder på de nationella minoritetsspråken kommer drygt 90 procent från Sveriges Radio. Vid sidan av detta sänder Sveriges Radio på en rad språk för stora grupper i vårt land som av olika skäl har behov av nyheter på andra språk än svenska.

Språkredaktionernas publikmässiga förutsättningar och journalistiska utmaningar skiljer sig åt. Skillnaderna i målgruppernas storlek – hur många i Sverige som faktiskt helt eller delvis pratar ett visst språk – är naturligtvis mycket stora. Men även andra faktorer som historiska erfarenheter inom språkgruppen, variationer inom språk och dialektter samt var i landet lyssnarna lever påverkar i mycket hög grad vad program, poddar och nyheter innehåller och hur de låter.

Rekrytering av journalister och att säkra publicistisk kompetens är en stor utmaning för redaktionerna för minoritetsspråk. Sveriges Radio har därför inlett ett särskilt arbete med att stärka rekryteringsarbete och egen traineeutbildning för journalister, vilket bland annat beskrivs i 3.9 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens.

Inför valet 2022 samarbetade redaktionerna för nationella minoritetsspråk kring valbevakning. *Meänraatio*, *Radio Romano*, *Sameradion* och *Sveriges Radio Finska* gjorde till exempel gemensamma kartläggningar av partiernas hållning i centrala minoritetspolitiska frågor om bland annat skola, klimat, gruvdrift och de nationella minoriteternas kulturella och språkliga rättigheter. Ett annat exempel är de partiledarintervjuer med de åtta riksdagspartiernas ledare som *Sameradion* och *Meänraatio* i samarbete med *P1 Morgen* genomförde inför valet. Den samordnade valbevakningen, som du kan läsa mer om i 6.1 Nyheter och samhällsbevakning, ledde också till att nationella minoritetsfrågor lyftes fram i det svenska språkiga utbudet.

Språkliga behov hos barn och unga

Under 2022 sände Sveriges Radio totalt 1 022 timmar innehåll i marknätet för barn och unga på något av de nationella minoritetsspråken.

Samtidigt ligger Sveriges Radios fokus i hög grad på att utveckla poddar och andra digitala format för barn och unga, framför allt för gruppen 13–19 år. Den unga minoritetsspråkpubliken skiljer sig naturligtvis inte från gruppen unga i befolkningen som helhet – det är en generation som växt upp med att ta del av ljudinnehåll via digitala platfformar, och Sveriges Radio behöver möta lyssnarnas behov och efterfrågan där.

Under 2022 fortsatte satsningen *Randiga sagor* på alla nationella minoritetsspråk för barn från 3 år och uppåt. Formatet och sagorna är framtagna genom ett samarbete mellan *Barnradion*, Sveriges Radios redaktioner för minoritetsspråk och förskolepedagoger. Med "randiga" menas att sagorna är tvåspråkiga och blandar de nationella minoritetsspråken med svenska. Sagorna är med andra ord anpassade för en mycket ung målgrupp som är tvåspråkig, och

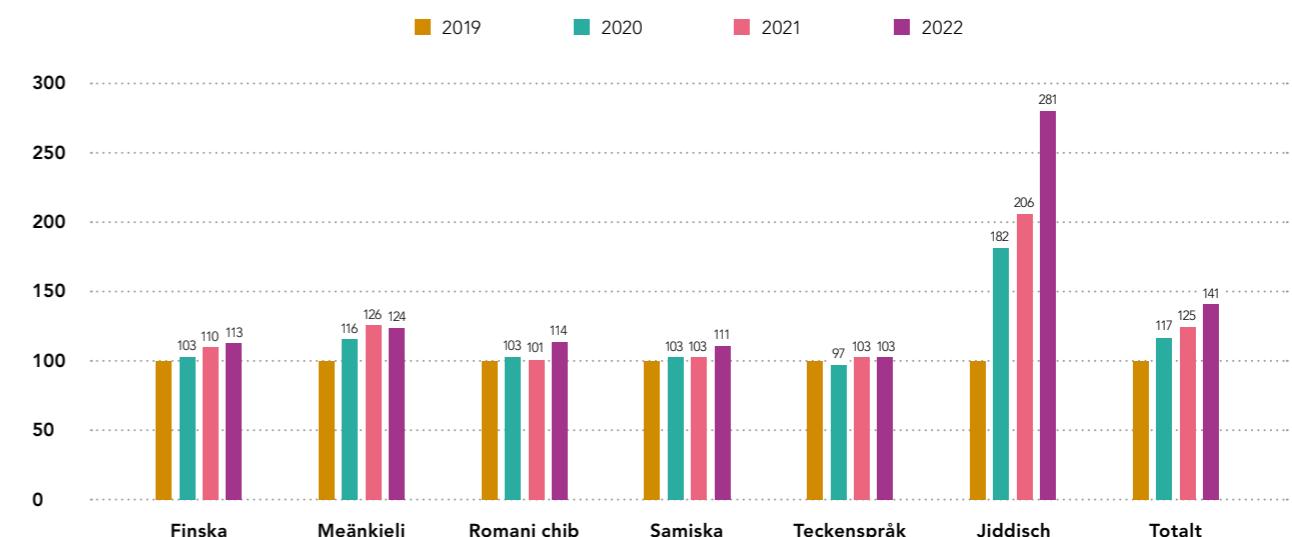
även om språkkunskaperna i en familj kan variera kan alla i familjen vara med och lyssna.

Randiga sagor ingår i sagosamlingen *Magiska skrinet* som sedan 2008 samlat sagor på de fem nationella minoritetsspråken och som erbjuds on demand via Sveriges Radios digitala platfformar.

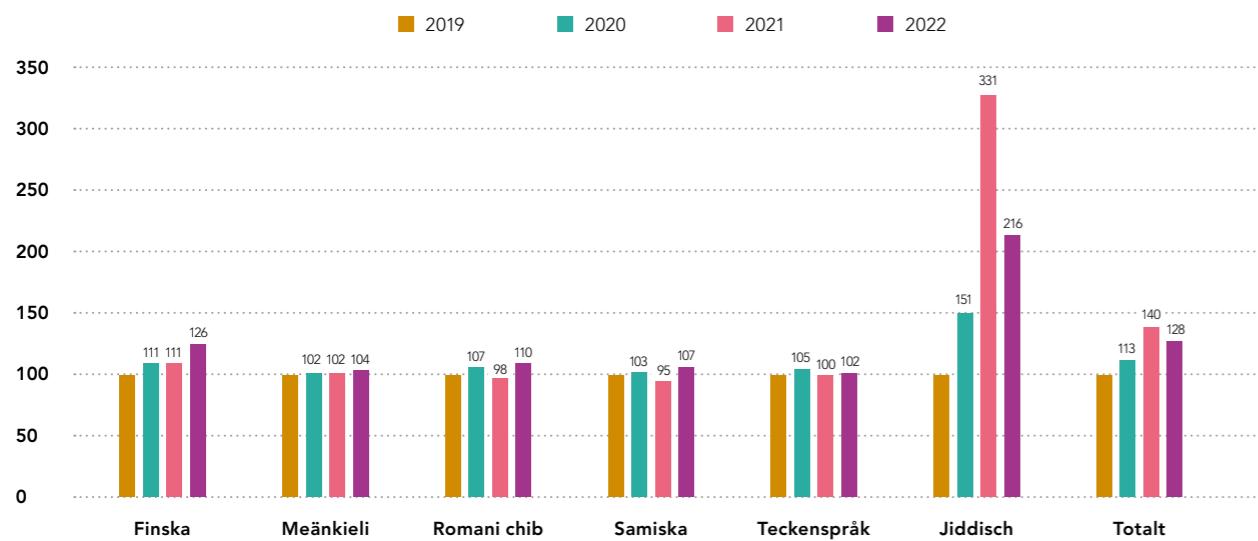
Samarbete mellan bolagen

Sveriges Radio har en tät dialog med SVT och UR om det samlade utbudet för de nationella minoritetsspråken, och ett avtal om hur samarbetet ska genomföras skrivs varje år mellan bolagens vd:ar. I gemensamma index för samiska, finska, meänkieli, romani chib och jiddisch redovisas hur mängden samlat programutbud utvecklats under tillståndsperioden. Indexen redovisas i diagrammen 6.5.1–6.5.3.

6.5.1 Utveckling av förstasändningar på nationella minoritetsspråk sammantaget alla bolag



Kommentar: Diagrammet visar en gemensam indexmodell som de tre public service-bolagen använder gemensamt. Varje bolags utbud per språk 2019 sätts till 100, och sedan räknas index per bolag och språk om årligen utifrån förändringen av antalet timmar för förstasändningar. Därefter tas ett medelvärde av de tre bolagens enskilda index. År 2020 var indexet 117 och 2021 125 jämfört med 2019 då motsvarande indexvärde var 100.

6.5.2 Utveckling av utbudet på nationella minoritetsspråk sammantaget alla bolag

Kommentar: Diagrammet visar en gemensam indexmodell som de tre public service-bolagen använder gemensamt. Varje bolags utbud per språk 2019 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. År 2020 var indexet 113 och 2021 140 jämfört med 2019 då motsvarande indexvärde var 100.

10 524

timmar sände Sveriges Radio totalt på
de fem nationella minoritetsspråken
i marknätet under 2022.

6.5.3 Total marksänd tid på nationella minoritetsspråk, Sveriges Radio

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
SAMISKA							
Vuxna	1 353	1 358	1 353	1 368			
Barn upp till 12 år	17	17	17	22			
Ungdomar 13–19 år	57	57	57	57			
Summa samiska	1 428	1 432	1 428	1 447			
FINSKA							
Vuxna	6 882	7 006	6 997	7 002			
Barn upp till 12 år	139	148	139	139			
Ungdomar 13–19 år	481	341	341	364			
Summa finska	7 502	7 495	7 477	7 504			
MEÄNKIELI							
Vuxna	774	789	787	784			
Barn upp till 12 år	61	61	60	60			
Ungdomar 13–19 år	272	273	271	273			
Summa meänkieli	1 107	1 123	1 118	1 117			
ROMANI CHIB							
Vuxna	339	340	338	339			
Barn upp till 12 år	14	14	14	14			
Ungdomar 13–19 år	91	92	92	91			
Summa romani chib	444	446	444	443			
JIDDISCH							
Vuxna	6	7	8	11			
Barn upp till 12 år	1	1	1	2			
Ungdomar 13–19 år	0	0	0	0			
Summa jiddisch	7	9	9	13			
TOTALT	10 488	10 505	10 476	10 524			

Kommentar: Den marksända tiden av de nationella minoritetsspråken ökade med 48 timmar under 2022 jämfört med 2021. Volymen för utbud på finska ökade med 27 timmar som en följd av att programmet "Popula" fick en utökad sändningstid i P4. Volymen för samiska ökade med 19 timmar efter en förändring av antalet parallelsändningar i olika kanaler. Utbudet av jiddisch ökade med 44 procent, från 9 till 13 timmar.



P1 P2 P3 P4
svigesradio

Sameradions reporter Anne-Marit Päiviö intervjuade hantverkaren Anna-Stina Svakko i Porjus i februari 2022.
Foto: Anders Alm.

Samiska

Sameradion sänder på språken nord-, syd- och lulesamiska samt svenska inom alla programkategorier och för alla åldersgrupper. Redaktionen granskar och bevakar det samiska samhället och följer utvecklingen för andra urfolkssamhällen i världen. Huvudredaktionen ligger i Kiruna och medarbetare finns i Stockholm, Umeå, Luleå, Jokkmokk, Östersund och Karesuando. Sameradion sänder program i FM och via webbkanalen Sameradion och publicerar poddar och klipp i Sveriges Radio Play. Kanalen sänder även Sametingets plenarmöten via internet.

1447

timmar på samiska språk
i marknätet under 2022.

2022 firade Sameradion 70-årsjubileum. Sedan 1952 har redaktionen sändt nyheter, underhållning och olika typer av radioprogram som bidragit till att ge en nyanserad bild av Sápmi och samer samt till att höja kunskapsnivån i allmänhet om samer och samiska förhållanden. I samband med 70-årsjubileet firades öppnandet av en ny lokalredaktion i Jokkmokk.

I nyhets- och aktualitetsprogram från Sameradion är den språkliga basen ofta nordsamiska, men syd- och lulesamiska samt svenska integreras i innehållet. Exempelvis anlitar redaktionen svenska talande som medverkande i frågor där samisktalande expertis inte alltid finns att tillgå. Digitala publiceringar görs på både samiska och svenska för att möta de olika behoven och språkkunskaperna hos användarna.

Sveriges Radios och SVT:s samiska redaktioner har sedan många år ett publicistiskt samarbete kring nyheter och annat innehåll. Sameradion har också ett tätt samarbete med YLE:s och NRK:s motsvarigheter. Bland annat direktsänder de tre bolagen gemensamt det två timmar långa

morgenprogrammet *Buorre Idit Sápmi* alla vardagar året runt.

2022 lades en stor tyngdpunkt på riksdagsvalet. Sameradion har tillsammans med Meänraatio, Radio Romano och SR Finska till viss del gjort en gemensam valbevakning. Samarbetet har resulterat i många unika publiceringar som både bidragit till en fördjupad rapportering riktad till en samisk publik samt till en rapportering för en större publik som genom det fått en större kunskap om samiska förhållanden.

Sameradion har även i samarbete med Meänraatio genomfört partiledarintervjuer med de åtta riksdagspartiernas ledare inför valet. Intervjuerna på 10 minuter per partiledare gjordes i samarbete med P1 Morgon där partiledarna först var med i direktsändning i P1 för att sedan bli intervjuade av Sameradion reportrar på plats i Radiohuset i Stockholm.

Till 2022 års satsningar hör också en serie inför valet där samiska ungdomar berättar om hur de ser på sin och Sápmis framtid. De medverkande har alla varierande bakgrund och geografisk hemvist vilket är viktigt för Sameradion som har som ambition att visa Sápmis och det samiska folkets alla nyanser.

Morgon- och eftermiddagsblocken i Sameradion fokuserar på nyheter och aktualiteter i det samiska samhället. Vid sidan av valbevakningen under 2022 kan särskilt nämnas bevakning och fördjupning kring gruvplanerna i Gállok, arbetet i Renmarksommittén, som ska utreda rättigheterna till jakt och fiske som en följd av Girjasdomen, samt Svenska Kyrkans ursäkt till samerna för historiska oförrätter.

Utbud på samiska för barn och unga

Utbudet på samiska för barn är samlat under namnet Mánáidrádio som sänds som program och som också har en egen sida på sverigesradio.se. Sameradion har under 2022 genom ett samarbete med Giron Sámi Teáhter producerat en barnradioserie på nordsamiska och svenska. Radiodramat i åtta delar heter *Seaibenásti ja Šelgesnásti/Kometsvans och Stjärnglans*, och det är ett

kosmiskt klimatäventyr där den unga lyssnaren tas med på en resa genom sagor och myter men också till nutidens allvar och hoten mot moder jord.

Mánáidrádios versioner av *Randiga sagor* görs på nord-, syd- och lulesamiska blandat med svenska.

Under 2022 har Sameradion fortsatt utvecklingen av poddformatet *Dulvi* som görs

på nordsamiska och svenska och som riktar sig till den samiska tonårspubliken. Podden tar upp olika livsfrågor som berör förväntningar och normer som unga samer växer upp med. Teman som har tagits upp i podden under 2022 har bland annat handlat om att vara en ung same i USA, surrogatmödraskap och att jobba med EU-politik i Bryssel.

6.5.4 Samiska – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
VUXNA							
Förstasändning							
	705	708	705	703			
Parallelsändning	648	651	648	665			
Repris	0	0	0	0			
Summa vuxna	1 353	1 358	1 353	1 368			
BARN UPP TILL 12 ÅR							
Förstasändning							
	9	9	9	9			
Parallelsändning	9	9	9	14			
Repris	0	0	0	0			
Summa barn upp till 12 år	17	17	17	22			
UNGDOMAR 13–19 ÅR							
Förstasändning							
	27	27	27	27			
Parallelsändning	26	26	26	26			
Repris	4	4	4	4			
Summa ungdomar 13–19 år	57	57	57	57			
TOTALT SAMISKA	1 428	1 432	1 428	1 447			

Kommentar: Den marksända tiden på samiska ökade under 2022 med 19 timmar till följd av en förändring av parallelsändningar i olika kanaler.

Finska

Utbudet utgörs av DAB-kanalen P7 Sveriges Radio Finska, poddar och nyhetsklipp i Sveriges Radio Play samt sändningar i P2, P4 och P6. Kanalen har medarbetare på 14 orter runt om i Sverige.

Sveriges Radio Finska har successivt utvecklat innehåll för den sverigefinska publiken på alla plattformar sedan kanalen bytte namn från Sisuradio våren 2020. Förändringarna gjordes också för att bättre möta de många olika behov som finns i en mycket heterogen målgrupp som består av första, andra och tredje generationerna med finsk bakgrund i Sverige. Totalt beräknas denna grupp i dag bestå av cirka 720 000 personer runt om i Sverige. Att ta fram poddar och utbud on demand av hög kvalitet för denna målgrupp är centralt i Sveriges Radio Finskars utveckling. Ett par exempel från 2022 är serierna *Coachen Aicha – kohti onnistumista* (*Coachen Aicha – mot framgång*), en tvåspråkig podd där en livescoach möter spännande gäster med rötter i Finland och pratar om livets utmaningar, och podden *Voimanaisia Suomesta* (*Kraftkvinnor från Finland*), där sex kvinnor från Finland som krossat glastaket berättar om sin väg till toppen inom sitt område.

Ett motto för Sveriges Radio Finska är "Aina suomeksi – ibland på svenska" ("Alltid på finska – ibland på svenska"). Kanalen erbjuder inte bara utbud där de medverkande talar finska utan också innehåll med ett finskt perspektiv där de medverkande talar svenska. Tanken är att blanda språken på ett sätt som inte minst många av kanalens yngre lyssnare gör i sin vardag.

Sveriges Radio Finska delar ut utmärkelserna Årets Sverigefinnar och uppmärksammar på så sätt personer som under det gångna året gjort betydelsefulla insatser för att lyfta fram sverigefinskhet och sverigefinska frågor.

Sveriges Radio Finska samarbetar också med andra redaktioner inom Sveriges Radio om nyheter och andra typer av innehåll, och sverigefinska perspektiv når på så sätt en mycket stor publik utanför den ordinarie målgruppen. *Uutiset* sänder nyheter på svenska varje vardag vid lunchtid i P4, och Sveriges Radio Finska har

under 2022 fortsatt utvecklingen av samarbetet med *Ekot*.

Nyhets- och aktualitetsbevakningen handlade mycket om kriget i Ukraina och riksdagsvalet. 2022 besökte Sveriges Radio Finska flera orter för att ta reda på vilka valfrågor som var viktiga för publiken och för att bättre kunna bevaka kommunal minoritetspolitik. Som nämnts tidigare kartlade Sveriges Radio Finska tillsammans med Meänraatio, Radio Romano och Sameradion partiernas hållning i centrala minoritetspolitiska frågor. Ett exempel på ett sverigefinskt perspektiv i valbevakningen var en debatt som anordnades mellan Socialdemokraterna och Moderaterna kring friskolefrågan – en fråga som är mycket betydelsefull för de sverigefinnar som har sina barn i finskspråkiga friskolor i Sverige.

I det populära kvällsprogrammet *Karlavagnen* i P4 på måndagar talar programledare och andra medverkande omväxlande svenska och finska. Samarbeten kring nyheter om Nato-diskussionen i Sverige och Finland och de många statsbesöken mellan länderna som varit under året har bidragit till att Sveriges Radio Finskars medarbetare har hörts flitigt såväl i lokala P4-kanaler som i *Ekot*, *P1 Morgon* och *Studio Ett*. Sveriges Radio Finska producerade också specialprogrammet *Kriget i Ukraina – det finska perspektivet* som sändes i P1 strax efter att kriget hade brutit ut.

Utbud på finska för barn och unga

Barnprogrammet *Roketti* hörs varje dag i DAB-kanalen P7 Sveriges Radio Finska och finns på Sveriges Radios digitala plattformar. I tonårsgruppen ligger Sveriges Radios fokus som helhet på att nå publiken med satsningar på poddar av hög kvalitet, vilket beskrivs i *6.3 Barn och unga*.

Nuoret på finska riktar sig till en sverigefinsk tonårspublik. I programmen träffar programledaren sverigefinska ungdomar och samtalar om deras intressen på både finska och svenska. Programmet sänds på webben, DAB-kanalen P7 Sveriges Radio Finska och Sveriges Radio Play.



Pirita Puukko leder programmet *Kipupiste* (Smätpunkten) i Sveriges Radio Finska. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

6.5.5 Finska – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
VUXNA							
Förstasändning	3 427	4 136	4 125	4 126			
Parallelsändning	1 812	1 797	1 802	1 806			
Repris	1 644	1 073	1 070	1 071			
Summa vuxna	6 882	7 006	6 997	7 002			
BARN UPP TILL 12 ÅR							
Förstasändning	35	35	35	35			
Parallelsändning	70	78	70	69			
Repris	35	35	35	35			
Summa barn upp till 12 år	139	148	139	139			
UNGDOMAR 13–19 ÅR							
Förstasändning	197	159	159	159			
Parallelsändning	0	0	0	23			
Repris	284	182	182	182			
Summa ungdomar 13–19 år	481	341	341	364			
TOTALT FINNSKA	7 502	7 495	7 477	7 504			

Kommentar: Ökningen med 27 timmar jämfört med 2021 var en följd av att sändningstiden för programmet "Popula" i P4 förlängdes 2022.

Meänkieli

Meänraatio är Sveriges Radios redaktion för meänkieli med målet att vara en nationell kanal som når minoritetspubliken med angelägna program. Meänraatio har medarbetare i Pajala, Uppsala och Övertorneå. Programmen sänds i FM-kanalerna P4 Norrbotten, P2 och P6 samt i DAB-kanalen P7 Sveriges Radio Finska. Meänraatios uppdrag 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 har ett stort fokus på att stärka arbetet med nyheter och aktualiteter i sändningarna.

Under 2022 har kriget och valet styrt mycket av nyhetsbevakningen. Redaktionen bevakar också kontinuerligt ämnen som särskilt rör en meänkielitalande målgrupp, språk och kulturfrågor samt minoritetspolitik och språklig politik. Gruvverksamheten i Norrbotten och arbetet inom den sanningskommissionen för tornedalingar, kväner och lantalaiset som regeringen beslutade om våren 2020 har fortsatt varit viktiga ämnen för Meänraatios lyssnare. Gränsfrågor fick avgörande betydelse i Meänraatios huvudsakliga spridningsområde under pandemin, och den säkerhetspolitiska utvecklingen har ytterligare understrukt ämnets tyngd vilket återspeglats i utbudet. Det gränsöverskridande omfattar i Meänraatios fall väsentligt fler dimensioner än de fysiska gränserna, inte minst språkets roll. Det tar sig uttryck i olika programformer:

- Veckomagazinet *Gränslöst* riktar sig till unga vuxna med målet att de lyssnare 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 språkprogrammet *Kielestä kiini* där lyssnarna kan diskutera meänkieli med programledare och språkexperter.

- Gratulations- och hälsningsprogrammet *Finnmix* bygger på direkt lyssnarmedverkan, och meänkieli, svenska, och finska talas blandat.

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 att öka det digitala utbudet är målet att *Meänraatios* innehåll ska vara tillgängligt 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.

Inom ramen för Sveriges Radios uppdrag att spegla hela landet har *Meänraatio* utvecklat sina samarbeten med såväl andra redaktioner för minoritetsspråk som lokala P4-kanaler. Serien *Polarliv* i P1 gjordes med medverkan från *Meänraatio*, och en ny säsong är beställd. Frågor som rör det geografiska området tas även upp i exempelvis podden *Gräns*.

Utbud på meänkieli för barn och unga

Meän Kläpit är Meänraatios program för barn. Det sänds och publiceras varje vecka i tiominutersavsnitt och är i huvudsak byggt på sagor och berättelser på meänkieli. Utöver egna produktioner och innehåll som görs i samarbete med Sveriges Radio Finska hörs också samtliga *Randiga sagor* på meänkieli. *Randiga Sagor* görs i ett samarbete mellan *Barnradion* och redaktionerna för de nationella minoritetsspråken.

I tonårsgruppen ligger Sveriges Radios fokus som helhet på att nå publiken med satsningar på poddar av hög kvalitet, vilket beskrivs i 6.3 Barn och unga.

6.5.6 Meänkieli – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
VUXNA							
Förstasändning	269	274	275	273			
Parallelsändning	430	437	434	433			
Repris	75	78	78	78			
Summa vuxna	774	789	787	784			
BARN UPP TILL 12 ÅR							
Förstasändning	17	18	17	17			
Parallelsändning	35	35	35	35			
Repris	9	9	9	9			
Summa barn upp till 12 år	61	61	60	60			
UNGDOMAR 13–19 ÅR							
Förstasändning	90	90	90	91			
Parallelsändning	134	132	132	132			
Repris	49	49	50	49			
Summa ungdomar 13–19 år	272	273	271	273			
TOTALT MEÄNKIELI	1 107	1 123	1 118	1 117			

Kommentar: Sändningstiden för meänkieli var i princip oförändrad 2022 jämfört med 2021.





Artisten Natasha 17K uppträdde under Radio Romanos 20-årsjubileum i Berwaldhallen i april 2022. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

Romani chib

Radio Romano producerar och sänder program på romani chib i P2 och i P6 Stockholm samt på Sveriges Radios digitala plattformar. Redaktionen har medarbetare i Stockholm och Malmö. I april 2022 firade Radio Romano 20-årsjubileum i form av en konsert i Berwaldhallen med specialbeställd musik i olika generer samt intervjuer och samtal. Konserten innehöll ett nytt beställningsverk för dragspel och stråkar av Lelo Nika som framfördes av tonsättaren själv tillsammans med musiker från Sveriges Radios Symfoniorkester. Konserten som sändes i P2 var en hyllning till de 20 år som Radio Romano främjat det romska språket, den romska kulturen och den romska identiteten genom program och nyhetssändningar.

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 och utbildnings- och omsorgsfrågor. Även andra nationella minoritetsfrågor som är relevanta för målgruppen bevakas. Radio Romano publicerar korta sammanfattningar av nyheter och inslag på svenska på sverigesradio.se för att de romer som inte

behärskar romani ska kunna ta del av innehållet. Vikten av att förmedla korrekt och begriplig information har en särskild betydelse för Radio Romano som har en extra utmaning när det gäller att göra journalistiken tillgänglig och begriplig för alla inom målgruppen. Antalet dialekter inom romani chib är många, och skillnaderna i ord och uttryck kan vara relativt stora. Det gör att Radio Romanos reportrar lägger mycket kraft på att tolka, förklara och förtydliga begrepp och sammanhang så att innehållet ska vara begripligt för hela målgruppen oavsett vilken dialekt lyssnaren talar.

Radio Romano samarbetar också med Ekot och lokala kanaler och bidrar med specialkompetens i det svenska språkiga nyhetsutbudet.

Varje år har Radio Romano specialprogram om olika romska dialekter. 2022 hette programmet *Fatta språket*, och där diskuterade programledaren och olika gäster i 10 avsnitt situationen för de två äldsta och mest utrotningshotade romska dialekterna, den svenska och den finska.

I april 2022 tilldelades Radio Romano två utmärkelser, *Priso – Romanipe* och *reporterpriset*, för sin nyhetsförmedling under pandemin samt under krigsutbrottet i Ukraina. Utmärkelserna delades ut av bulgariska *Initiative Group of Romani Culture* vilket du kan läsa mer om i 3.9 Priser och utmärkelser.

6 SÄRSKILDA UPPDRAG OCH MÅLGRUPPER

Utbud på romani chib för barn och unga

Ungdomsprogrammet *Terni Generacia*, som sänds från Malmö, har ett brett innehållsligt spektrum och tar upp allt från samhällsfrågor till livsstilsämnena. Här bevakas frågor som rör romsk vardag, kultur och underhållning ur unga romers

perspektiv. På torsdagar sänds Radio Romanos barnprogram *Chavorengo* programo med innehåll och sagor för barn på olika romska dialekter som arli, gurbeti, kaldaras, kale och lovari. Satsningen *Randiga sagor* produceras också på romani chib.

6.5.7 Romani chib – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
VUXNA							
Förstasändning	113	113,4	112,5	114			
Parallelsändning	113	113,4	112,5	112			
Repris	113	113,4	112,7	112			
Summa vuxna	339	340	338	339			
BARN UPP TILL 12 ÅR							
Förstasändning	5	5	5	5			
Parallelsändning	5	5	5	5			
Repris	5	5	5	5			
Summa barn upp till 12 år	14	14	14	14			
UNGDOMAR 13–19 ÅR							
Förstasändning	39	40	39	39			
Parallelsändning	39	40	39	39			
Repris	13	13	14	13			
Summa ungdomar 13–19 år	91	92	92	91			
TOTALT ROMANI CHIB	444	446	444	443			

Kommentar: Sändningstiden för romani chib är i princip oförändrad jämfört med 2021.

Jiddisch

Program på och om jiddisch har funnits i många år i Sveriges Radio. 2022 fortsatte programmet *Mitt jiddischorakel* som lanserades i slutet av 2021. I det något lättsammare programformatet som riktar sig till unga vuxna samtalar programledarna om livsfrågor och identitet. *Mitt jiddischorakel* produceras i två versioner – en längre version där svenska och jiddisch blandas och en kortare version där enbart jiddisch talas. Båda versionerna finns i Sveriges Radio Play, och den längre versionen sänds i P6.

Sedan tidigare sänder P1 regelbundet *Jiddisch far alle* som handlar om språket jiddisch i vid

bemärkelse och tar upp kulturfrågor, historia, hur språket utvecklas med mera. I programmet talas både jiddisch och svenska.

Utbud på jiddisch för barn och unga

Den tvåspråkiga satsningen *Randiga sagor* för den yngsta målgruppen omfattar inläsningar på jiddisch och svenska blandat. I utbudet som samlas under vinjetten *Magiska skrinet* (*Di farkishefte pishke – sagor på jiddisch*) finns ett stort antal barnsagor på jiddisch också on demand. ■

6.5.8 Jiddisch – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	3	4	5	9			
Parallelsändning	0	0	0	0			
Repris	4	5	5	4			
TOTALT JIDDISCH	7	9	9	13			

Kommentar: Utbudet av jiddisch ökade med 44 procent från 9 till 13 timmar under 2022 jämfört med året innan.



Andra minoritetsspråk

§ 11 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska även erbjuda ett utbud på andra minoritetsspråk. «

• 19 / MEDELSVILLKOR

» Den programverksamhet på internet som SR vill ska tillgodosättas vid uppfyllandet av uppdraget ska redovisas tydligt och utförligt. «



EKOT RADIO SWEDEN SÄNDE PÅ DESSA SPRÅK UNDER 2022:

- arabiska
- engelska
- kurdiska
- persiska
- på lätt svenska
- somaliska
- tigrinja
- ryska (från mars 2022)
- ukrainska (från maj 2022).

Radio Sweden är sedan ett antal år tillbaka en del av Ekot och en egen självständig redaktion som publicerar innehåll på flera olika språk. Redaktions uppdrag är att erbjuda innehåll till lyssnare som har annan bakgrund än svensk och som bor, lever och arbetar i Sverige, som behärskar svenska mer eller mindre bra eller är nyanlända och som efterfrågar nyhetsutbud från Sverige som utgår från deras perspektiv och behov.

En allt mer framskjuten del av *Ekot Radio Sweden* s upphärad är också att vara en aktiv del i *Ekots* nyhetsförmedling på svenska i Sveriges Radios samtliga kanaler och plattformar.

Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina samt valet i Sverige har självklart dominaterat även *Ekot*

Radio Swedens utbud under 2022. Under våren startade Sveriges Radio två särskilda produktioner med anledning av kriget:

- En daglig nyhetspodd på ryska om kriget i Ukraina, byggd på den samlade rapporteringen på svenska – podden gjordes också tillgänglig via Sveriges Radios öppna API för alla medier i hela Europa att återpublicera.
- Nyheter på ukrainska riktade till nyanlända ukrainsktalande i Sverige – utbudet innehåller också information om hur det svenska samhället fungerar.

Ekot Radio Swedens innehåll på engelska riktar sig till en bred publik i Sverige och våra grannländer som behärskar engelska. Utbudet vänder sig till en målgrupp som vill ha fördjupad kunskap om Sverige och det svenska samhället men som inte kan ta del av nyhetsutbudet på svenska. Inför valet sände den engelskspråkiga redaktionen via Sveriges Radios digitala plattformar, bland annat en särskild debatt på engelska med representanter för samtliga åtta riksdagspartier. Merparten av språkredaktionerna satsade på att vara på plats i olika kommuner under valrörelsen då många av *Ekot Radio Swedens* lyssnare inte är svenska medborgare men har rätt att rösta i kommunval. De flesta av *Ekot Radio Swedens* redaktioner gjorde även andra innehållsformat som bland annat "Partierna på en minut" där de olika partiernas politiska inriktning beskrevs.

Åtgärder efter felaktiga publiceringar

Efter granskning i andra medier i maj 2022 framkom det att en partiledares uttalande efter de så kallade påskupplopen i april hade blivit felaktigt

oversatt i *Radio Swedens* publiceringar på arabiska, somaliska och kurdiska.¹ *Ekots* ledning och redaktion såg mycket allvarligt på det inträffade och inleddes ett omfattande kvalitetssäkringsarbete som bland annat innebar att organisationen kring *Ekot Radio Sweden* förändrades.

Utöver detta vidtogs ett antal andra åtgärder, bland annat

- stärkt arbetsledning på *Ekot Radio Sweden*
- stärkta rutiner för kontroll av inslag och rättelser, inklusive kompetenshöjande insatser
- åtgärder för att säkra bemanning och återväxt till *Ekot Radio Swedens* olika språkgrupper, bland annat med hjälp av Sveriges Radios traineeprogram med fokus på minoritetsspråken.

En mer utförlig beskrivning av åtgärderna finns på sverigesradio.se.²

Tillgodoräknande av digitalt innehåll

Som också framgår av 5.3 Programkategorier vill Sveriges Radio att det utbud från *Ekot Radio Sweden* som endast publiceras på företagets digitala plattformar tillgodosättas som programverksamhet på internet enligt punkt 19 i medelsvillkoren. Det gäller *Ekot Radio Sweden* utbud på arabiska, kurdiska, somaliska, persiska, tigrinja, ryska och ukrainska. En extern produktion på arabiska samt större delen av utbudet på engelska har sänts i FM/DAB och räknas därför in i den samlade tiden i marknätet som redovisas i 4.1 Marksänt och annat linjärt utbud. ■

¹ "Sveriges Radios somaliska nyheter: 'Ebba anklagar polisen för att de inte dödade många muslimer'", doku.se 5 maj 2022.

² sverigesradio.se/artikel/fel-i-rapportering-om-ebba-buschs-uttalande-om-islamister

6.6 Möten och dialoger

§ 10 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

- » SR ska ha en kontinuerlig dialog med de berörda grupperna. «

§ 11 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

- » SR ska ha en kontinuerlig dialog med de berörda grupperna. «

*Citatet kommer från § 10 Minoritetsspråk respektive § 11 Tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning.

Sveriges Radio ska regelbundet ha en dialog med företrädare för intresseorganisationer och berörda grupper kring företagets arbete inom områdena minoritetsspråk respektive tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning. Det sker på två sätt:

- Redaktionerna har löpande kontakt med sina lyssnare.
- Företrädare för Sveriges Radio har regelbundna möten med intresseorganisationer inom respektive område.

Det är viktigt att understryka skillnaden mellan de två ovan nämnda formerna för dialoger: Redaktionerna för dialog med lyssnarna, representanter på ledningsnivå med organisationer. Oberoendet för public service ska aldrig kunna ifrågasättas. Redaktionerna måste värna den journalistiska integriteten och hålla "en armlängds avstånd" till de organisationer som regelbundet bevakas. Därför ligger ansvaret för dialog med representanter för olika organisationer på ledningsnivå inom Sveriges Radio. Företaget har ökat antalet kontakter under de senaste åren, och som ett led i att ytterligare stärka arbetet tillsattes hösten 2021 en ny tjänst som ansvarig för samhällskontakter och med särskilt ansvar för dialogerna med representanter för de nationella minoritets-språken och funktionsrätsrörelsen.

Dialog om tillgänglighet

Redaktioner som på olika sätt tar upp frågor som berör tillgänglighet har löpande lyssnarkontakt. Under 2022 hade Sveriges Radio dialogmöten med Hörselskadades Riksförbund, Unga hörselskadade, Synskadades Riksförbund och Förbundet Sveriges dövblinda. Ett dialogmöte med Funktionsrätt Sverige, en paraplyorganisation för 46 olika organisationer, förlades till januari 2023.

Under 2022 hölls också den årliga konferensen PS Funk där företrädare för olika organisationer med fokus på frågor om tillgänglighet och funktionsrätt möter företrädare för Sveriges Radio, SVT och UR. Syftet är att inspirera till bättre inkludering av personer med funktionsnedsättning i public service.

Dialog om minoritetsspråk

Redaktionerna för minoritetsspråk för löpande dialog med lyssnare på olika sätt, till exempel under utesändningar eller via e-post, telefon och sociala medier.

Representanter för Sveriges Radio träffar regelbundet organisationer som företräder nationella minoriteter. Utbuds- och kanalansvariga för de nationella minoritetsspråken och representanter från Sveriges Radio på ledningsnivå har under 2022 hållit följande möten för respektive språk:

- **samiska:** dialogmöte med Sametinget
- **meänkieli:** dialogmöte med STR-T, Svenska Tornedalingars Riksförbund – Tornionlaaksolaiset
- **romani chib:** dialogmöte med Norrköpings romer
- **finska:** dialogmöte med Sverigefinländarnas delegation
- **jiddisch:** dialogmöte med Sveriges Jiddischförbund. ■

6.7 Lokalt uppdrag

§ 1 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

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

• 13 / MEDELSVILLKOR

- » Den lokala och regionala organisationen ska ges tillräckliga resurser för att effektivt kunna speglar respektive områdes särprägel och egenart. Organisationen ska utformas med syfte att möjliggöra hög närvärvo av personer ute i landet med kunskap om och förankring i de olika regionerna. «

Det lokala innehållet utgör i hög grad basen i Sveriges Radios utbud:

- En vanlig vardag sänds 9,5 timmar lokalt och regionalt innehåll i varje P4-kanal. Totalt ger det cirka 240 timmar lokalt innehåll varje vardag i Sveriges Radio.
- Över 90 procent av antalet lokala sändningstimmar i svensk public service kommer från Sveriges Radio.
- P4-kanalerna står gemensamt för runt hälften av all den samlade tid Sveriges befolkning ägnar åt att lyssna på radio en genomsnittlig dag.

P4 är i högsta grad regional och lokal när det gäller innehåll, organisation och spridning över landet och består av 25 lokala kanaler samt ett lokalt morgonprogram inom ytterligare ett sändningsområde. Som indikator till företagets strategiska mål "Jag hör min och din vardag i Sveriges Radio" finns närvärvo i samtliga 290 kommuner på regelbunden basis – detta beskrivs i 1.4 Sveriges Radios mål och strategier.

3.6 Sveriges Radio finns i hela landet redogör för vilka regionala områdena P4-kanalerna ingår i och hur organisationen bland annat säkrar decentralisrat utgivarskap och lokala resurser.

5.4 Sveriges Radio ska speglar hela Sverige i utbudet beskriver bland annat hur företaget arbetar för att leva upp till sändningstillståndets krav på att stärka bevakningen av svagt bevakade områden – det kravet besvaras också i denna kapitel del genom beskrivningarna av hur lokal närvärvo och bevakning utvecklas.

P4:s uppdrag

P4:s utbud – såväl det rikssända som det lokala – återfinns inom samtliga genrer som beskrivs i 5.3 Programkategorier: Nyheter, Samhälle, Kultur, Sport, Livsstil, Underhållning och Service. Innehållet i dessa program beskrivs inom respektive område i denna public service-redovisning.

P4 ska ge lyssnarna aktuell och direktsänd radio som utgår från publikens behov av nära journalistik och samhällsinformation. 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 att publiken medverkar, bland annat genom att delta i diskussioner om aktuella ämnen, bidra med nyhetstips eller vara med i lokala publiknätverk.

Närvärvo i hela landet

I kartan 6.7.1 Sveriges Radios redaktionsorter är alla platser där företaget varit stationerat med fasta eller tillfälliga redaktioner under 2022 utmärkta. Förändrade arbetsätt har lett till ökad närvärvo i hela landet genom såväl fler fasta stationeringar som fler tillfälliga redaktioner. 2022 var Sveriges Radio stationerat på 52 platser i 50 kommuner. Sedan 2021 har Ängelholm tillkommit.

Som beskrivs i 5.4 Sveriges Radio ska speglar hela Sverige minskar samtidigt betydelsen av →

var företagets stationära lokaler och studior är belägna i takt med att arbetsätt och teknik utvecklas snabbt. Under 2022 var Sveriges Radio på plats och sände direkt och/eller gjorde inslag från i genomsnitt

- 176 kommuner per vecka, jämfört med i snitt 184 kommuner per vecka 2021 (motsvarande siffra för 2020 var 176)
- 276 kommuner per månad, jämfört med i snitt 277 kommuner per månad 2021 (motsvarande siffra för 2020 var 272)
- samtliga 290 kommuner varje tertial, vilket också är målsättningen för det strategiska målet "Jag hör min och din vardag i Sveriges Radio" som du kan läsa mer om i 1.4 Sveriges Radios mål och strategier.

Det är framför allt under vardagar Sveriges Radio är på plats i många olika kommuner eftersom det är då huvuddelen av det lokala innehållet sänds.

Siffrorna avser alltså fysisk närvaro med sändande personal – rapportering om en ort eller kommun från en annan sändningsort är inte medräknade här. Ett sådant sätt att räkna skulle ge högre siffror, men även om distansrapportering kring händelser eller mindre nyheter naturligtvis är viktiga så kan den inte jämföras med att på plats bedriva journalistik och möta lyssnare i vardagen.

Det ska också undertrykas att lokal närvaro i sändningarna inte enbart handlar om nyhetsbevakning. Bredden i rapporteringen är väsentligt större än så och kan innehålla alltifrån mer vardagliga frågor och samtalsämnen som är viktiga på orten till ett kultur- eller idrotts-evenemang eller mer underhållande inslag. Hela livet ska höras i Sveriges Radio, och P4-kanalerna har en viktig roll att spela för lokala och regionala identiteter.

Ett långsiktigt arbete pågår för att utveckla samarbetsformerna mellan alla Sveriges Radios nyhetsredaktioner. Fler riksmedarbetare ska bidra med specialistkunskaper i lokala kanaler, och →



Reportern Agnes-Indra Andersdotter tog med P4 Värmlands lyssnare på downhill-cykling i Sunne. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

medarbetare från lokala kanaler eller redaktioner för minoritetsspråk ska medverka med sina kompetenser i riksutbudet. Här följer några exempel på olika samarbeten mellan redaktioner som syftar till att utveckla journalistiken och öka närvaren i hela landet:

- En rad satsningar och utvecklingsprojekt utgår från de lokala P4-kanalernas arbete och syftar till ökade synergierffekter och stärkt bevakning såväl nationellt som lokalt.
- Ekot har i hög grad tack vare sitt samarbete med lokala kanaler varit på plats och rapporterat från 212 kommuner under 2022 (motsvarande siffra för 2021 var 203).
- Samarbeten kring tillfälliga redaktioner utvecklas löpande – under 2022 skedde detta exempelvis i Gällivare där P4 Norrbotten, Ekot och Radiosporten arbetade under perioder. P3 Din Gata turnerade på fritidsgårdar runt om i landet i samarbete med P4-kanaler. P4 Malmöhus samarbetade med Klartext i en särskild satsning på frågor kring funktionsnedsättningar.

Så utvecklas lokala kanalers roll

Här är några av de åtgärder som vidtagits under 2022 för att utveckla utbudet från Sveriges Radios lokala kanaler:

- **Digitala förbättringar.** Ett mycket starkt fokus ligger på att utforma det lokala utbudet för lyssning via digitala plattformar. Under 2022 har detta gjorts genom bland annat internutbildningar, workshoppar och förändrade arbetsätt för att optimera digitala publiceringar av exempelvis egna nyheter. Kanalerna har under 2022 också arbetat med att fortsätta förnya det lokala innehållet i funktionen *Toppnyheter* i appen *Sveriges Radio Play*.

• **Utvecklade livesändningar.** Att sända direkt ingår i P4:s kärverksamhet och detta görs i allt högre grad utanför radiohusen i takt med att den redaktionella närvaren byggs ut. Särskilda utbildningar i arbetsätt för att höja kvaliteten har utformats internt i samarbete mellan innehållsproduktionen och den nystartade SR-Akademien.

• **Utbildningar i demografianalys.** Genom att öka medarbetarnas kunskaper när det gäller att ta reda på hur befolkningssammansättning, socioekonomiska förutsättningar, den lokala näringslivsstrukturen och andra parametrar påverkar livssituationen för männskor kan redaktionerna stärka sin bevakning av och sin närvoro i sändningsområdet.

• **Lyssningsprojekt.** Detta arbetsätt är en metod Sveriges Radio använt sedan 2012 för att göra kvalitativa analyser av innehållet. En särskild projektgrupp lyssnar igenom och analyserar en veckas linjärt och digitalt utbud i respektive lokal kanal för att utvärdera hur kanalerna lever upp till de lokala innehållsuppdragen och för att identifiera områden kanalerna behöver utveckla. Du kan också läsa om detta arbetsätt i bland annat 3.1 *Uppdrag inom Sveriges Radio* och 5.4 *Sveriges Radio ska spegla hela Sverige*.

• **Höjd kvalitet i nyhetsinnehåll.** Ett särskilt projekt kallat *Människan i fokus* genomfördes på alla lokala kanaler under hösten 2021 och fortsatte under 2022. Målet är att höja kvaliteten på nyhetsinnehållet i de lokala kanalerna genom att lyfta fram det mänskliga perspektivet i nyheterna och tydligt visa på bakomliggande orsaker till det nyheterna handlar om och olika tänkbara konsekvenser. Parallelt med detta har också en satsning gjorts på konstruktiv journalistik. Med det menas att medarbetare i nyhetsrapporteringen inte enbart ska lyfta

saker som inte fungerar utan även ge exempel på lösningar på de samhällsutmaningar som tas upp. I begreppet konstruktiv journalistik ingår också att ställa kritiska frågor till alla berörda, inte bara makthavare eller personer med formellt ansvar. Detta för att fler perspektiv på ämnet ska belysas.

Så utvecklas arbetsätt för ökad närvoro

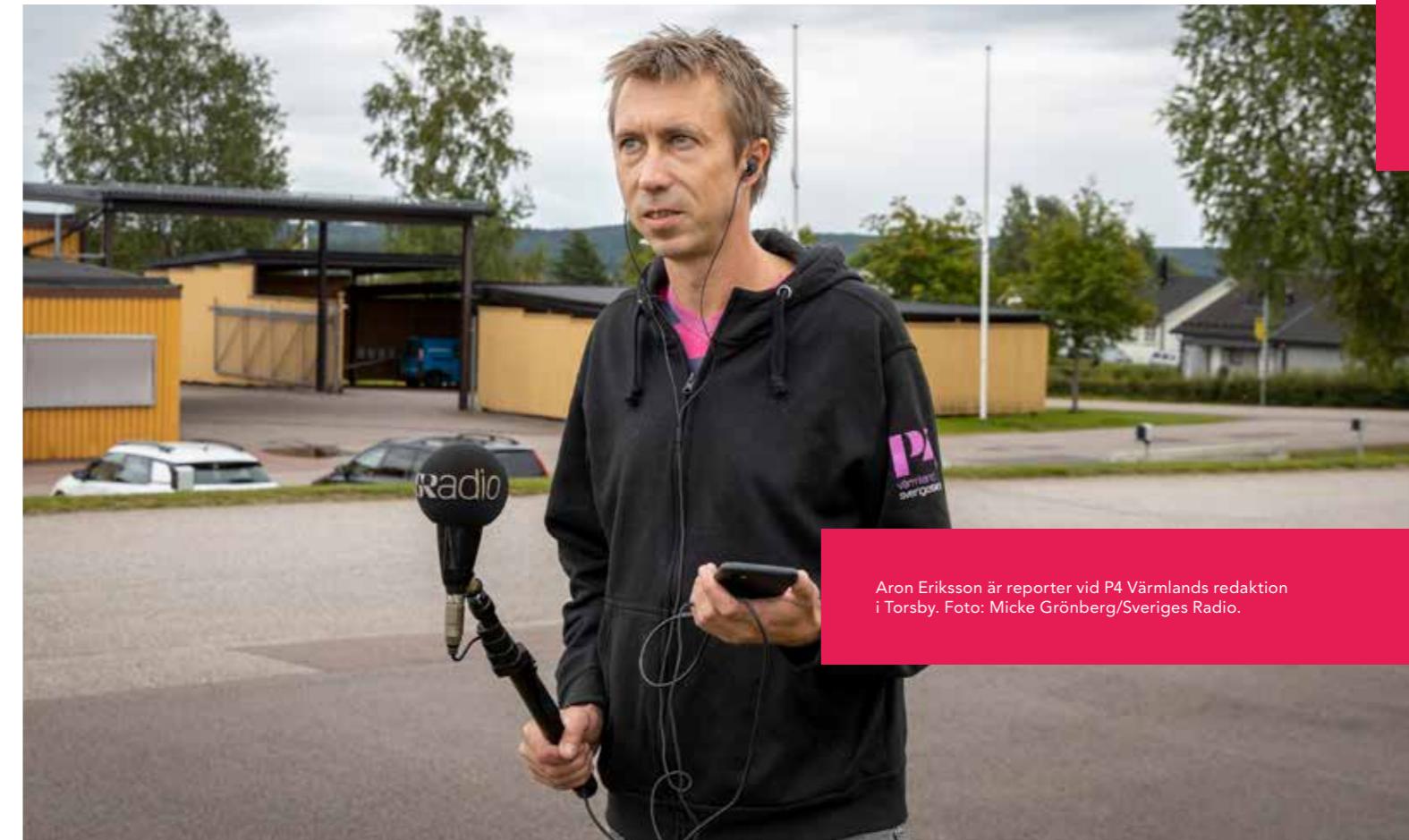
Att granska, bevaka och spegla ett allt mer heterogen samhälle där geografiska, socioekonomiska och kulturella verkligheter skiljer sig åt kräver en variation i arbetsätt och utgångspunkter. Ett av de arbetsätt Sveriges Radio valt att satsa på är tillfälliga redaktioner runt om i landet. 2022 gjordes satsningar på tillfälliga redaktioner i 125 kommuner med medarbetare på plats i ett stort antal mindre orter och stadsdelar.

Arbetet inför en satsning på en tillfällig redaktion inleds med att medarbetare på en kanal eller redaktion gör en bristanalyse av det egna innehållet kring en viss ort eller ett visst bostadsområde.

Redaktionen gör en bedömning av var Sveriges Radios journalister bör vara mer på plats för att uppmärksamma frågor som är viktiga för dem som bor på orten. Utgångspunkten för valet av plats kan variera, men i många fall handlar det om orter med geografiskt långa avstånd till Sveriges Radios redaktioner eller andra mediehus eller om socioekonomiskt utsatta områden i större orter eller städer.

Även specialist- och minoritetsspråksredaktörer sätter upp tillfälliga redaktioner – under 2022 har exempelvis Radiosporten och Radio Swedens persiska redaktion gjort detta. Lokala kanaler genomför i vissa fall tillfälliga satsningar utifrån ett särskilt perspektiv eller ämne. Ett sådant exempel under 2022 var P4 Malmöhus som upprättade en särskild tillfällig redaktion med fokus på funktionsvariationer.

Hur lång tid en tillfällig redaktion är på plats eller hur långt avståndet är till de ordinarie stationeringsorterna påverkar hur medarbetarna kan genomföra respektive satsning. Förenklat uttryckt kan redaktionerna arbeta på fyra olika sätt: →



Aron Eriksson är reporter vid P4 Värmlands redaktion i Torsby. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

- Rullande redaktioner** – bilar som är specialutrustade med teknik för redaktionellt arbete och sändning. Under 2022 har den här typen av möjligheter utvecklats ytterligare.

- Publika platser** – bibliotek eller andra typer av samlingsplatser på en ort eller i ett bostadsområde där redaktionen får möjlighet att sända radio.

- Boende och kontor** – en reporter flyttar till platsen under en tid och har sitt arbete där.

- Inhyrda redaktioner** – kanalens medarbetare hyser in sig i en lokal på orten som ska bevakas.

Projektledare samordnar arbetet med alla kanaler och stöttar med metodhjälp och praktiska tips, och Sveriges Radios ledning har tillfört ekonomiska medel.

Satsningen har bidragit till bredd och kraft i den lokala bevakningen, inte minst tack vare en mängd uppslag och tips från allmänheten som fångats upp på de platser där de tillfälliga redaktionerna funnits. Men syftet är inte bara att närvara under en kortare tid för att få fram nyheter och reportage för stunden utan att långsiktigt kunna bygga upp nätverk och kontakter på plats för att stärka även den framtida bevakningen av orten eller bostadsområdet. Samtliga delprojekt utvärderas för att varje

redaktion bland annat ska kunna vidareutveckla arbetssättet.

Tillfälliga redaktioner är ett arbetssätt som är möjligt att förverkliga inte minst tack vare företagets egen utveckling av nya tekniska och metodmässiga verktyg som gör den redaktionella verksamheten allt mer mobil. Detta beskrivs bland annat i *3.9 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens*.

Under 2022 har Sveriges Radio fortsatt att utveckla nya typer av teknisk utrustning och fordon. En egenutvecklad variant av fordon har bland annat utrustats med utrymmen för att gäster ska kunna medverka i sändningar från bilen vilket gör att medarbetare kan genomföra mer komplexa sändningar från platser långt från radiohusen. Dessutom har medarbetare fått fler och bättre hjälpmödel, bland annat nätverk, skrivbord och mikrovågsugnar, som bidrar till att de kan stanna längre tid på en plats och att de får bättre förutsättningar att förbereda sig och göra research. En enklare variant av fordon med sändnings- och arbetsmöjligheter har också tagits fram. Målsättningen är att samtliga kanaler på sikt ska ha tillgång till den här typen av "rullande radiohus".

Det kan också nämnas att satsningen på tillfälliga redaktioner och förändrade arbetssätt rönt internationell uppmärksamhet. Bland annat har *Radio France* i ett utvecklingsarbete kring framtida regional strategi besökt Sveriges Radio för att få kunskap om och bli inspirerande av företagets metoder att bygga upp lokal närvoro. ■

276

kommuner i genomsnitt per månad
sände Sveriges Radio ifrån
under 2022.

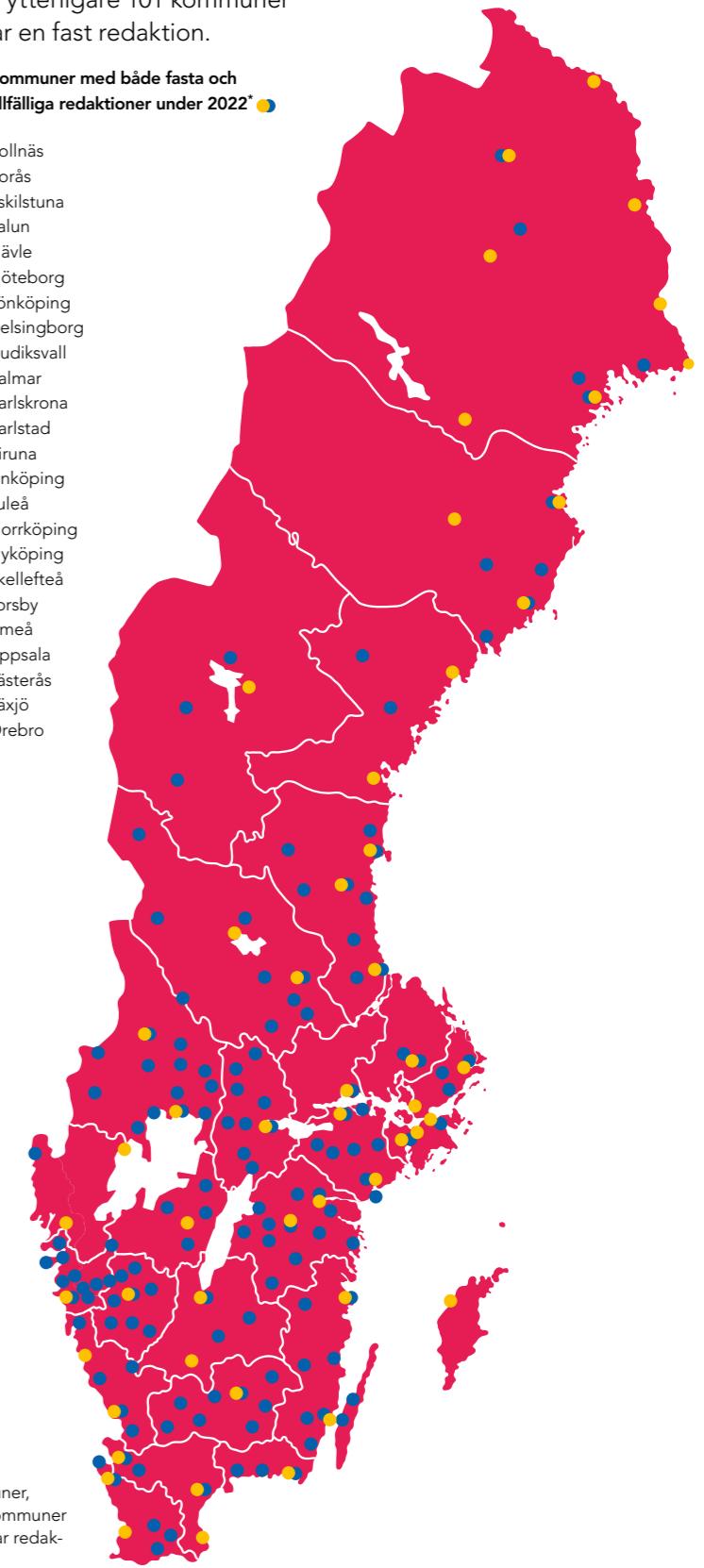
6.7.1 Sveriges Radios redaktioner under 2022

Sveriges Radio har 52 fasta redaktioner fördelade på 50 kommuner. Under 2022 genomfördes satsningar på tillfälliga redaktioner i ytterligare 101 kommuner samt på olika platser i 24 kommuner som också har en fast redaktion.

Fasta redaktioner ● Kommuner med tillfälliga redaktioner under 2022* ● Kommuner med både fasta och tillfälliga redaktioner under 2022* ●

Arvidsjaur	Ale	Mjölby	Bollnäs
Bollnäs	Alingsås	Motala	Borås
Borås	Alvesta	Munkfors	Eskilstuna
Eskilstuna	Askersund	Mönsterås	Falun
Falun	Berg	Mörbylånga	Gävle
Flemingsberg	Boden	Nora	Göteborg
Gävle	Bollebygd	Nordanstig	Jönköping
Göteborg	Borgholm	Nordmalung	Helsingborg
Halmstad	Borlänge	Nybro	Hudiksvall
Häparanda	Boxholm	Ockelbo	Kalmar
Helsingborg	Eda	Orsa	Karlskrona
Hudiksvall	Eksjö	Orust	Karlstad
Husby	Filipstad	Oskarshamn	Kiruna
Jokkmokk	Finspång	Ovanåker	Linköping
Jönköping	Flen	Oxelösund	Luleå
Kalmar	Forshaga	Partille	Norrköping
Karesuando (vakant)	Gagnef	Robertsfors	Nyköping
Karlskrona	Gnesta	Ronneby	Skellefteå
Karlstad	Grums	Sandviken	Torsby
Kiruna	Gällivare	Sollefteå	Umeå
Kristianstad	Hagfors	Stenungsund	Uppsala
Linköping	Hedemora	Storfors	Västerås
Luleå	Herrljunga	Strängnäs	Växjö
Lycksele	Hultsfred	Sonne	Örebro
Malmö	Hälfors	Hällefors	
Mora	Härjedalen	Svenljunga	
Norrköping	Norrbyn	Säffle	
Norrstälje	Härryda	Säter	
Nyköping	Höganäs	Högsjö	
Pajala	Högsby	Söderhamn	
Simrishamn	Kalix	Söderköping	
Skellefteå	Karlshamn	Tingsryd	
Skövde	Karlskoga	Tjörn	
Stockholm	Katrineholm	Torsås	
Sundsvall	Kinda	Tranemo	
Söderälje	Kramfors	Trosa	
Torsby	Kristinehamn	Ulricehamn	
Uddevalla	Krokom	Uppvidinge	
Umeå	Kungsbacka	Vadstena	
Uppsala	Kungälv	Valdemarsvik	
Varberg	Laxå	Vansbro	
Visby	Lekeberg	Vimmerby	
Värnamo	Lerum	Vindeln	
Västervik	Lessebo	Vingåker	
Västerås	Lindesberg	Vårgårda	
Växjö	Ljungby	Ydre	
Åmål	Ljusdal	Ärjäng	
Ängelholm	Ljusnarsberg	Älmhult	
Örebro	Ludvika	Älvdalens	
Örnsköldsvik	Malung-Sälen	Åtvidaberg	
Östersund	Mark	Ödeshög	
Övertorneå	Markaryd		

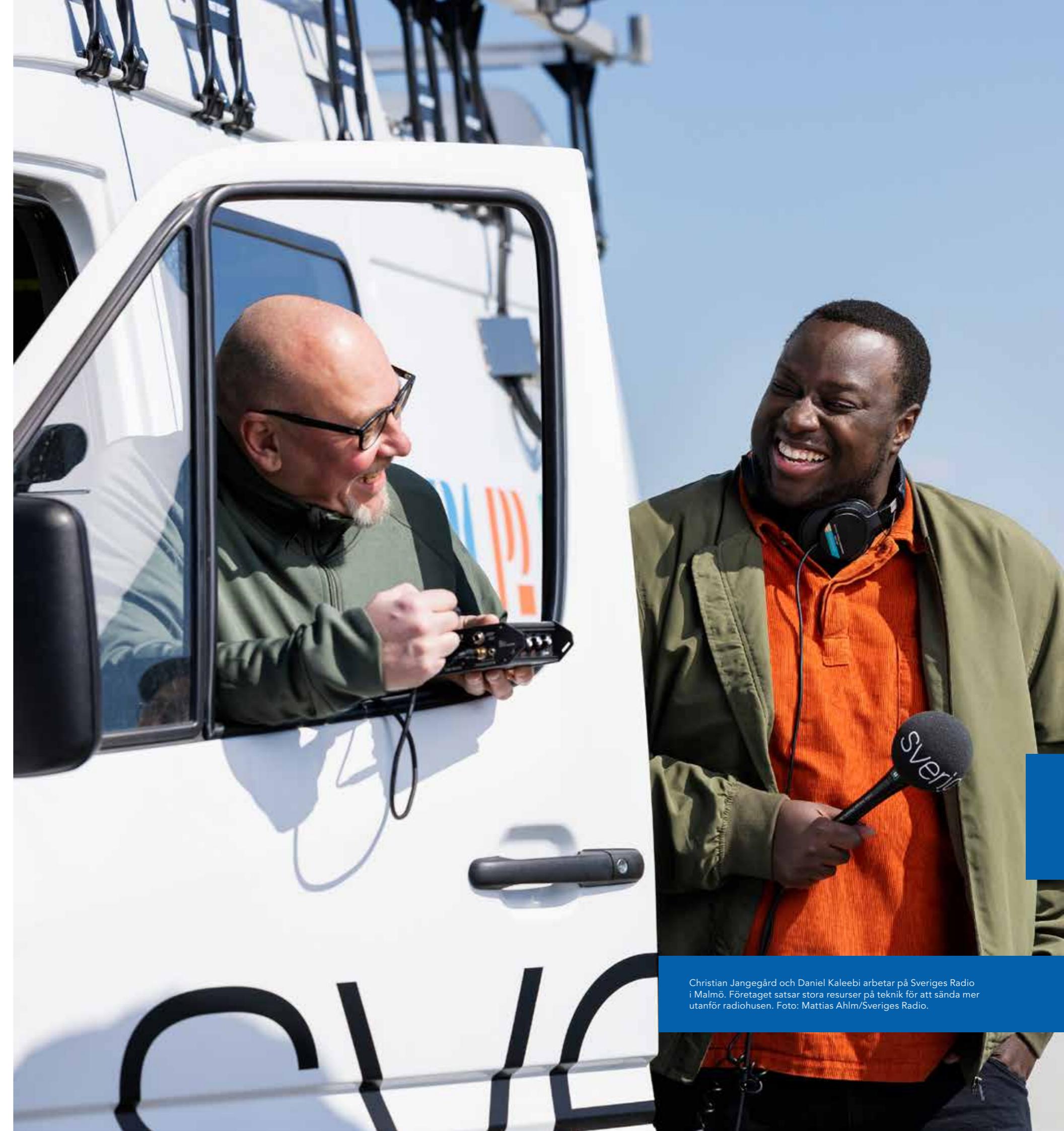
*Sedan 2021 redovisas etableringar av tillfälliga redaktioner för kommuner, till skillnad från 2020 då enskilda orter redovisades. Inom flera av de kommuner där Sveriges Radio valt att satsa på en tillfällig redaktion under 2022 har redaktionen funnits på plats på fler än en ort inom kommunen.



7. Så används pengarna

För att fortsätta vara relevant för miljoner lyssnare krävs ett ständigt arbete med att styra resurser till utveckling av både innehåll och tjänster.

- [7.1 Intäkter](#)
- [7.2 Kostnader](#)
- [7.3 Produktivitet och effektivitet](#)
- [7.4 Sidoverksamhet](#)
- [7.5 Så samarbetar public service-bolagen](#)



Christian Jangegård och Daniel Kaleebi arbetar på Sveriges Radio i Malmö. Företaget satsar stora resurser på teknik för att sända mer utanför radiohusen. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Resurserna ska läggas på det som är viktigast för lyssnarna

• 1 / MEDELSVILLKOR

» SR ska inom tillgängliga ekonomiska ramar göra de prioriteringar som krävs för att uppfylla uppdraget. Verksamheten ska inom ramen för uppdraget bedrivas rationellt. «

• 19 / MEDELSVILLKOR

» SR ska redovisa och kommentera hur uppdraget fullgjorts med avseende på bl.a. volym, kostnader och intäkter samt nyckeltal som visar effektivitet och produktivitet. «

År 2022 tilldelades Sveriges Radio drygt tre miljarder kronor för att leverera cirka 140 000 timmar linjära radiosändningar, ett omfattande utbud on demand samt konserthuset Berwaldhallen med orkester och kör. De pengar som företaget har till sitt förfogande läggs huvudsakligen på att producera innehåll inom kategorierna nyheter, samhälle och kultur. I detta kapitel redovisas

- intäkter och kostnader
- hur Sveriges Radio arbetar med att öka produktivitet och effektivitet
- sidoverksamheter och koncernsamarbeten med SVT, UR och SRF.



7.1 Intäkter

§ 17 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR får inte sända reklam. «

§ 18 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR får inte sända sponsrade program där sponsorbidraget har tillfallit SR direkt. «

Tillägg: Punkt 18 i medelsvilkoren reglerar att staten i den händelse SR:s sändningstillstånd upphör får inlösa byggnader, utrustning med mera som tillhör SR. Bestämmelsen i punkt 22 i medelsvilkoren om att företagets revisorer ska ges möjlighet att granska företagets redovisning är tillgodosedd för 2022.

Sveriges Radio tilldelades 3 201 400 000 kronor för att bedriva verksamheten under 2022.¹ Medelstilldelningen och intäkter vid sidan av avgiftsmedel visas i tabell 7.1.1.

Sveriges Radios verksamhet finansieras av en public service-avgift som tas ut via skattsedeln och som ska betalas av alla över 18 år som har en beskattningsbar förvärvsinkomst. Avgiften är en procent av inkomsten upp till ett tak som under 2022 enligt Skatteverket var maximalt 1 327 kronor per person och år.² Det innebar som högst en kostnad på 1,31 kronor per dag och person för Sveriges Radio och hela dess utbud. För 2023 är maxkostnaden sänkt till 1 300 kronor per person och år.³ Det innebär som högst en kostnad på 1,28 kronor per dag och person för Sveriges Radio. Maxkostnaden 2023 ligger därmed på den lägsta nivån sedan public service-avgiften den 1 januari 2019 ersatte det tidigare systemet med tv- och radiolicens. Sänkningen gjordes för att balansera ett överskott på det så kallade public service-kontot som förvaltas av Kammarkollegiet i ett slutet system som är separerat från den övriga statsbudgeten.

Intäkter vid sidan av avgiftsmedel

2022 hade Sveriges Radio totalt sett 48 miljoner kronor i intäkter vid sidan av avgiftsmedel. Här ingår också delar som du kan läsa mer om i 7.4 Sidoverksamheter.

Intäkterna vid sidan av avgiftsmedel ökade med 15 miljoner kronor jämfört med 2021. Det hängde samman med Berwaldhallens konserverksamhet som historiskt sett stått för en stor del av den här typen av intäkter. Efter två år av pandemi, som starkt påverkade Berwaldhallens möjligheter att ta emot betalande publik, blev 2022 ett mer normalt år. Intäkterna för Berwaldhallen mer än tredubblades jämfört med föregående år. Men i jämförelse med åren innan pandemin låg intäkterna alltjämt lägre – 2019 var intäkterna för konserverksamheten 25 miljoner kronor, 2022 var de 21 miljoner kronor.

I sitt beslut om public service-redovisningarna för 2021 ansåg granskningssämnden att Sveriges Radio bara delvis uppfyllt kravet på att redogöra för intäkter vid sidan av avgiftsmedel: "Eftersom SR endast redogjort för vad 4 miljoner kronor av totalt 16,2 miljoner kronor i posten 'Övrigt' bestått av, har företaget endast delvis uppfyllt kravet på att särskilt redogöra för intäkter vid sidan av avgiftsmedel."⁴

Anmärkningen handlade om den uppgift som redovisas under rubriken "Övrigt" som redovisas i tabellen 7.1.2. Dessa intäkter har legat på cirka 0,5 procent av Sveriges Radios totala intäkter under perioden 2020–2022. Under "Övrigt" ingår intäkter av olika slag och skiftande summor. Här rymmer allt från försäljning av begagnad utrustning för miljontal till försäkringsärenden som inbringar betydligt lägre intäkter.

Under 2022 uppgick intäkterna under "Övrigt" till 15,8 miljoner kronor, och de viktigaste posterna var i avrundade summor

- **8 miljoner kronor** från sekretessbelagda avtal med myndigheter eller motsvarande intressenter där bland annat intäkter kopplade till Sveriges Radios beredskapsupprustning och roll i totalförsvaret ingår – det ska understrykas att denna typ av intäkter inte har någon koppling till företagets journalistiska verksamhet

- **3 miljoner kronor** från försäljning av teknik, utrustning och inventarier
- **2 miljoner kronor** från externa bidrag till Östersjöfestivalen

- **1 miljon kronor** från valutakursvinster
- **1 miljon kronor** från ett så kallat klientmedelskonto som Sveriges Radio avslutat.

Kommersiella samarbeten

Sveriges Radio definierar kommersiellt samarbete på följande sätt: "Samarbete med kommersiell aktör som genererat intäkter till SR." Under 2022 har Sveriges Radio inte haft några kommersiella samarbeten.

Sponsring

Varken direkt eller indirekt sponsring förekommer i Sveriges Radios program eller poddar. I 3.3 Samarbeten med produktionsbolag kan du bland annat läsa om hur Sveriges Radio i produktionsutläggningsavtal med bolagen säkerställer att det inte förekommer någon direkt eller indirekt sponsring. I avtalet anges att "ersättning enligt denna punkt utgör Produktionsbolagets enda ersättning" samt att produktionsbolaget inte har "rätt att ta emot ekonomiska bidrag eller bidrag av ekonomiskt värde från tredje man för programmen."

7.1.1 Sveriges Radios medelstilldelning och intäkter vid sidan av avgiftsmedel, miljoner kronor

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Erhållna avgiftsmedel	3 077	3 139	3 201			
Justering mellan programbolagen	9	6	5			
Totalt erhållna avgiftsmedel	3 086	3 145	3 207			
Avgiftsmedel överförda till RIKAB	–	–	–			
Avgiftsmedel överförda till SRF	-74	-68	-71			
Delsumma överförda avgiftsmedel	-74	-68	-71			
Erhållna medel efter Rikabs likvidation	–	5	–			
Förändring skuldförda avgiftsmedel	-153	-67	-18			
Summa intäktsförda avgiftsmedel	2 859	3 014	3 118			
Intäkter konserverksamheten	5	6	21			
Övriga intäkter	29	27	27			
Summa övriga intäkter	34	33	48			
Summa avgiftsmedel och övriga intäkter	2 893	3 047	3 166			
Intäkter sidoverksamhet	11	10	15			
SUMMA INTÄKTER	2 903	3 057	3 181			

7.1.2 Intäkter vid sidan av avgiftsmedel, miljoner kronor

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Intäkter konsertverksamheten	4,9	6,2	20,8			
Turnéverksamhet Radiosymfonikerna och Radiokören	0,6	2,8	1,6			
Hyresintäkter	0,8	0,3	0,2			
Lönebidrag	1,6	1,7	1,2			
Kompensation sociala avgifter musiker och korister	3,5	3,5	3,5			
Julkalendern	1,2	1,0	0,6			
Sjuklöneersättning	8,1	1,6	3,7			
Övrigt	14,0	16,2	15,8			
Sidoverksamhet	10,7	9,6	14,9			
SUMMA	45,3	42,9	62,4			

Kommentar: Posten "Övrigt" består av ett flertal mindre poster som redovisas i texten på föregående uppslag. Cirka hälften av summan utgörs av intäkter kopplade till sekretessbelagda avtal, därefter utgör försäljning av inventarier och utrustning samt bidrag till Östersjöfestivalen de största posterna.

45%

ökade de övriga intäkterna med under 2022.

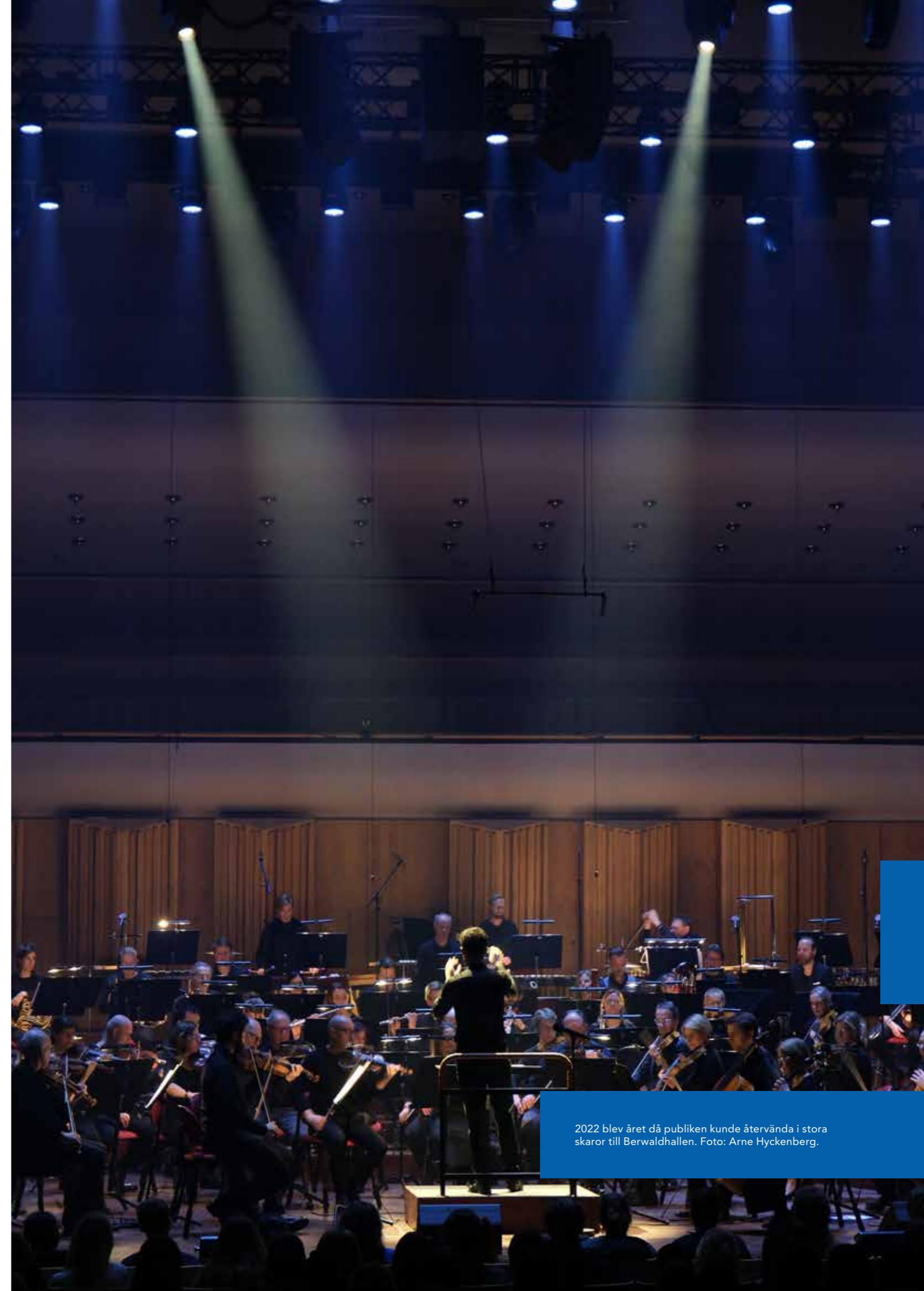
Främst berodde detta på att konserter i Berwaldhallen åter kunde genomföras med betalande publik.

¹ Medelsvillkor för 2020–2025 avseende Sveriges Radio AB (prop. 2018/19:136, bet. 2019/20:KrU2, rskr. 2019/20:20).

² www.skatteverket.se

³ Budgetpropositionen för 2023 (prop. 2022/23:1).

⁴ Granskningsnämnden för radio och tv, MPRT 17 juni 2022 (Dnr 22/00848, 851 och 862).



2022 blev året då publiken kunde återvända i stora skor till Berwaldhallen. Foto: Arne Hyckenberg.

7.2 Kostnader

Sveriges Radios kostnader redovisas

- totalt per kostnadsslag
- fördelade per programkategori.

Kostnader per kostnadsslag

Sveriges Radio har som målsättning att andelen av företagets resurser som går till programproduktion ska öka under tillståndsperioden. Ambitionen är att andelen ska växa från drygt 75 procent under första året (2020) till att nå 80 procent vid 2025 års utgång, enligt den modell för att beräkna resursfördelning företaget använder i public service-redovisningarna. Detta beskrivs mer utförligt i 7.3 Produktivitet och effektivitet.

Tabellen 7.2.1 visar Sveriges Radios resursfördelning uppdelat på tre olika kostnadsslag:

- **programproduktion** – kostnader för den programproducerande verksamheten
- **distribution** – kostnader för distribution av märksändningar och internetdistribution
- **övriga kostnader** – resten av kostnaderna: vissa delar av verksamheterna teknik, säkerhet, ekonomihantering, administration, fastighet och kommunikation.

Från och med 2020 års public service-redovisning använder Sveriges Radio en annan modell för beräkning av resurser per kostnadsslag jämfört med under tidigare tillståndsperioder. Inför förändringen 2020 förde Sveriges Radio en dialog med SVT om sätten att utforma en beräkningsmodell för att så långt som möjligt

använda samma redovisningssätt. Detta är också i linje med vad som efterfrågas i punkt 21 i medelsvillkoren: "SR, SVT och UR ska i samverkan fortsatt utveckla sin redovisning med inriktning på att så långt som möjligt åstadkomma en gemensam redovisningsform som kan tillämpas i den årliga redovisningen."

Det är viktigt att komma ihåg att många typer av kostnader ligger i ett gränsland där det inte är självklart hur de ska beräknas. Det kan gälla exempelvis vissa typer av administrativa kostnader, transporter eller mjukvaruteknik som är nödvändiga för att redaktioner ska kunna producera innehåll.

Det finns heller inte någon vedertagen praxis för hur ett public service-bolag bör beräkna resursfördelning, varken i Sverige eller i Europa.¹

Kostnader per programkategori

Sveriges Radio fördelar resurser till företagets olika delar utifrån prioriteringar som utgår från både public service-uppdraget som publikens förväntningar. Sätten att fördela resurser stöder på så sätt automatiskt företagets strategiska mål vilket du kan läsa mer om i 1.4 Sveriges Radios mål och strategier.

Fördelningen per programkategori är i princip densamma från år till år. Som framgår av tabellerna 7.2.2 och 7.2.3 stod områdena Nyheter, Samhälle och Kultur för sammanlagt cirka två tredjedelar av kostnaderna under 2022. De storleksförhållandena har varit i princip konstanta under en lång räcka av år. Däremot förändras ofta resursfördelningen inom respektive programkategori under ett produktionsår. Utbudet förändras och utvecklas kontinuerligt, och resurser kan behöva omfördeles inom en programkategori när nya frågor

behöver prioriteras publicistiskt. Gränserna mellan olika innehållsgenrer löses också upp, och i många program kan flera olika ämneskategorier rympas inom ett och samma format och innehållsuppdrag. Detta beskrivs även i 5.3 Programkategorier.

I princip alla programkategorier där Sveriges Radio har en hög andel kostnader betraktas också som viktiga och får höga betyg av allmänheten. Detta framgår av diagrammet 7.3.2 i kapiteldelen 7.3 Produktivitet och effektivitet där

allmänhetens värderingar ställs i relation till de resurser företaget lägger inom respektive programkategori. Sveriges Radios uppfattning är att det visar att företaget gör effektiva prioriteringar när det gäller fördelningen av resurser.

Den snabba stigande inflationen under 2022 gör att det är svårt att ta fram längsiktiga prognoser för företagets kostnader och att bedöma hur relationen mellan olika kostnadsslag kan komma att påverkas. Detta kan du läsa mer om i följande kapiteldel 7.3 Produktivitet och effektivitet. ■

7.2.1 Sveriges Radios kostnader per kostnadsslag, miljoner kronor

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Programproduktion	2 176	2 391	2 542			
Distribution	249	263	259			
Övriga kostnader	468	392	368			
Delsumma	2 893	3 041	3 170			
Sidoverksamhet	9	15	14			
SUMMA KOSTNADER	2 903	3 055	3 184			

¹ Dataunderlag från "Public Service Media News", rapport från EBU (European Broadcasting Union, Europeiska radio- och TV unionen) 2020. Europeiska public service-bolag använder egna beräkningsmodeller och definitioner av programrelaterade kostnader. Det gör att skillnaderna i rapporterade andelar till programmedel är stora och fördelar sig längs ett spektrum från bolag som säger sig lägga 30 procent på programproduktion till andra som uppger att de lägger 100 procent.

7.2.2 Sveriges Radios kostnader per programkategori, miljoner kronor

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Nyheter	1 118	1 177	1 225			
Samhälle	431	454	472			
Kultur	390	410	427			
Sport	119	125	130			
Underhållning	189	199	207			
Musik	462	486	506			
Service	46	49	51			
Livsstil	138	145	151			
SUMMA	2 893	3 046	3 170			

7.2.3 Kostnadsandelar per programkategori i procentandelar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Nyheter	39 %	39 %	39 %			
Samhälle	15 %	15 %	15 %			
Kultur	13 %	13 %	13 %			
Sport	4 %	4 %	4 %			
Underhållning	7 %	7 %	7 %			
Musik	16 %	16 %	16 %			
Service	2 %	2 %	2 %			
Livsstil	5 %	5 %	5 %			
SUMMA	100 %	100 %	100 %			

7.3 Produktivitet och effektivitet

• 1 / MEDELSVILLKOR

» SR ska kontinuerligt vidta åtgärder som syftar till ökad effektivitet och produktivitet. [«](#)

• 19 / MEDELSVILLKOR

» 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. [«](#)

Sedan 2021 redovisar Sveriges Radio sitt arbete för ökad produktivitet och effektivitet i form av sex olika nyckeltal – tre för produktivitet och tre för effektivitet. Dessa nyckeltal redovisas i slutet av denna kapiteldel. Där kommenteras också granskningens nämndens synpunkter på nyckeltalen i beslutet om public service-redovisningen för 2021.

2022 sände Sveriges Radio cirka 140 000 timmar innehåll på fler än tio språk, stod för över 90 procent av såväl lokalt innehåll som minoritetsutbud i public service och hade de mest omfattande stationeringarna i Norden av såväl lokala radioredaktioner som korrespondenter runt om i världen. Företaget driver dessutom ett konserthus med symfoniorkester och kör på mycket hög internationell nivå. Sveriges Radio är också en del av totalförsvaret, har ett unikt beredskapsuppdrag och sänder VMA, viktigt meddelande till allmänheten.

Företaget strävar alltid efter att få ut så mycket som möjligt av resurserna, men komplexiteten i uppdraget gör det komplicerat att använda traditionella tolkningar av begrepp som produktivitet och effektivitet. Exempelvis definierar Nationalencyklopedin de båda begreppen så här:

- **produktivitet:** "produktionens effektivitet" som "mäts t.ex. genom att man fastställer produktionen per arbetstimme."

- **effektivitet:** är "förhållandet mellan insatserna i en verksamhet och verksamhetens resultat."¹

Att räkna ut resultat för Sveriges Radio är dock inte lika enkelt som för en vinstdrivande, kommersiell verksamhet. Inte minst är denna omfattande public service-redovisning ett uttryck för komplexiteten i uppdraget – de cirka 240 sidorna innehåller en mängd resonemang kring hur olika typer av resultat kan tolkas. Sändningstillståndet och medelsvillkoren är i huvudsak också formulerade i kvalitativa termer och inte som krav på producerade volymer eller arbetstimmar per producerad enhet.

Sveriges Radio har sedan länge valt bort att på traditionellt vis betrakta kostnader per producerad sändningstimme som ett mått på produktivitet. Måttet användes fram till 2014 men togs bort eftersom det riskerade att uppmuntra till att sprida ut resurserna på fler timmar i etern vilket i sin tur kunde leda till att kvaliteten i utbudet skulle minska. Att exempelvis producera fler timmar musikbaserad flödesradio vore annars ett enkelt och billigt sätt att sänka snittkostnaden per sändningstimme – men det skulle knappast gagna kvaliteten i innehållet. En sådan metod skulle också hindra prioriteringar av resurser till viktiga publicistiska satsningar.

Företag på en kommersiell marknad kan också höja sin produktivitet genom att välja bort sådant som är olönsamt eller kostnadsdrivande. Den möjligheten finns sällan för Sveriges Radio. Tvärtom handlar stora delar av företagets uppdrag och legitimitet om att garantera värden som är svåra att sammanfatta i siffror och ekonomiska termer. Exempelvis ligger de innehålls- →

uppdrag som redovisas i 6. Särskilda uppdrag och målgrupper på Sveriges Radio eftersom en kommersiell marknad inte självklart kan tillgodose behoven – det gäller till exempel utbud på minoritetsspråk, kultur, tillgänglighetsanpassat innehåll med mera.

Det är också vanskligt att applicera traditionella mått för effektivitet och produktivitet på konkret innehåll. Vilka mått ska användas för en utrikeskorrespondent som skildrar verkligheten på plats i krigets Ukraina eller för en konsert med Sveriges Radios symfoniorkester i Berwaldhallen? Beredskapsuppdraget och företagets roll i totalförsvaret är också exempel på verksamheter som är svåra att beräkna på dessa sätt.

I flera fall har Sveriges Radio också begränsade möjligheter att påverka kostnaderna för sådant som företaget är skyldigt att leverera. Ett sådant exempel är kravet på att upprätthålla distribution av hög kvalitet till 99,8 procent av landets befolkning. Det hör ihop med utgifter vars utveckling över tid Sveriges Radio bara delvis kan påverka. Marknätet tillhandahålls av en extern leverantör, och kostnaderna påverkas bland annat av hur många aktörer ingår i systemet och som kan dela på vissa kostnader. Under perioden 2016–2022 steg kostnaderna för distribution med i snitt 3,6 procent per år, att jämföra med den årliga uppräkningen av medel på 2 procent. Det kan låta som en blygsam skillnad, men den innebar att Sveriges Radio under perioden behövde spara sammanlagt 108 miljoner kronor på andra poster för att kompensera glappet mellan de uppräknade medlen och den verkliga ökningen för distributionskostnader.

Den här typen av frågor och utmaningar är inte unika för det svenska public service-systemet. På uppdrag av det norska kulturdepartementet lade det fristående konsultföretaget *Oslo Economics* i oktober 2021 fram en utvärdering av det norska public service-bolaget NRK:s förmåga att bedriva sin verksamhet på ett effektivt sätt. Konsulterna konstaterade i rapporten att det är viktigt för ett public service-företag att ha tydliga målsättningar men att ”många av dessa mål är inte direkt

mätbara. I en värdering av NRK:s effektivitet är jämförelser med nyckeltal i kommersiella verksamheter av begränsat värde”. I rapporten underströks även att ”värderingar av effektivitet inom NRK inte kan begränsas till enbart publikstatistik och kostnader. Viktigt i detta sammanhang är bland annat värdering av konstnärlig kvalitet, smalare gener och behovet av varierande format.” Rapporten konstaterade också att den som vill utvärdera effektiviteten i NRK:s resursanvändning bör undanta kostnader och intäkter som företaget inte själv kan kontrollera eller påverka.

Målsättningar och nyckeltal för effektivitet och produktivitet i en public service-verksamhet behöver utformas med hänsyn till komplexiteten i uppdraget. Att enbart fokusera på kvantitativa publikmål eller producerade volymer skulle riskera att stå i konflikt med många av de smalare uppdrag Sveriges Radio har. Nyckeltalen behöver också ligga på en övergripande nivå för att inte leda till detaljstyrning av publicistiska och konstnärliga prioriteringar.

Åtgärder för att stimulera effektivitet och produktivitet i verksamheten ska möjliggöra

- **utveckling** som är nödvändig eftersom publiken förväntar sig ständig förnyelse av innehåll och förbättrade tjänster
- **rationaliseringar** som är nödvändiga eftersom den tvåprocentiga uppräkningen av medel inte täcker kostnadsökningar över tid.

Inflationen driver på rationaliseringar

Redan före den ekonomiska krisen under 2022 ökade delar av Sveriges Radios kostnader snabbare än vad den årliga tvåprocentiga uppräkningen av medel täckte. Det kunde bero på effekter av löneutvecklingen på arbetsmarknaden, stigande kostnader för distribution eller andra typer av prisökningar. För att klara konkurrensen om



Under de kommande åren står Sveriges Radio inför betydande investeringar när teknisk utrustning för radioproduktion ska moderniseras. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

lyssnarnas tid och motsvara deras förväntningar har det även varit nödvändigt att investera mer resurser i ett attraktivt utbud on demand samtidigt som Sveriges Radio löpande har behövt utveckla linjära kanaler.

Företaget har därför under lång tid regelbundet behövt rationalisera verksamheten för att dels kompensera glappet mellan uppräkning och verlig kostnadsökning, dels frigöra medel för utveckling av utbud och tjänster. Behovet av löpande effektiviseringar och produktivithethöjningar kan på grund av detta sägas vara inbyggda i det svenska public service-systemets medelstillsdelning.

Den snabbi stigande inflationen under 2022

har i högsta grad förstärkt effekten av skillnaden mellan uppräkningen av medel och verkliga kostnadsökningar. Ett räkneexempel: Sveriges Radios anslagna medel 2020 var 3 077 miljoner kronor, och för 2025 som är sista året i tillståndsperioden är medelstillsdelningen 3 397 miljoner kronor.² Den snabbi stigande inflationen har dock gjort att 3 077 miljoner i januari 2020 passerade drygt 3 400 miljoner i motsvarande penningvärde redan i juni 2022.³ I praktiken var alltså hela den beslutade uppräkningen fram till och med 2025 ”upptäckt” knappt halvvägs in i tillståndsperioden. Urholkningen fortsatte också under andra halvåret.

Kostnader för löner utgör lejonparten av Sveriges Radios utgifter, och de kommer sanno- →

likt inte stiga i samma takt som inflationen. Men andra typer av kostnader har stigit snabbt och kommer att fortsätta att göra det under 2023. Behovet av investeringar inom olika typer av säkerhetsarbete har växt snabbt under de senaste åren, bland annat till följd av förstärkt lagstiftning kring säkerhetsskydd. Sveriges Radio räknar också med ökade kostnader för bland annat fastighetsunderhåll och att hyreskostnader för lokaler stiger med cirka 10 procent under 2023 till följd av så kallad indexuppräkning.⁴ Samtidigt är behovet av resurser till fortsatt snabb utveckling av innehåll och tjänster stort. Sveriges Radio kommer därför att behöva genomföra såväl fortsatta effektiviseringar som betydande rationaliseringar under återstoden av tillståndsperioden. Rena besparingar eller uppskjutna investeringar kan heller inte uteslutas. Sedan tidigare pågår under tillståndsperioden 2020–2025 ett effektiviseringsprogram inom stödenheterna för att flytta medel till bland annat digital utveckling.

Den osäkra situationen framgent gör mer långsiktiga kostnadsprognoserna vanskliga. Utfallen av de kommande årens lönerörelser kommer att få stor påverkan. En stark teknikberoende verksamhet som Sveriges Radio påverkas också märkbart av valutaförändringar då exempelvis teknisk utrustning säljs på en global marknad.

Sveriges Radios tre nyckeltal för produktivitet

Här beskrivs nyckeltalen och vad de innebär:

- **Nycketal för produktivitet** – ökad andel resurser för programproduktion. Målet är att 80 procent av kostnaderna ska ligga inom programproduktion vid tillståndspériodens slut enligt den modell Sveriges Radio använder för att redovisa resursfördelning. Hur stor andel resurser som kommer att gå till programproduktion kan komma att variera något från år till år under den återstående delen av tillståndsperioden. 2022 års resultat återfinns i tabell

7.3.2. och visar att andelen har ökat från 75,2 procent tillståndsperiodens första år 2020 till 80,2 procent 2022. Det är inte minst en effekt av ett långsiktigt arbete där teknisk och journalistisk utveckling integrerats och sorterar under den publicistiska ledningen.

- **Nycketal för produktivitet** – upphandlingsgrad. Detta mått visar den andel av totala inköp (exklusive inköp av redaktionellt innehåll) som görs genom avtal upphandlade enligt *Lagen om offentlig upphandling* (LOU). Målet är att andelen ska vara minst 80 procent, och under 2022 låg upphandlingsgraden på 92 procent. Sveriges Radio räknar enligt branschpraxis med en genomsnittlig sänkning av kostnader med cirka tio procent när inköp görs med konkurrensutsatta upphandlade avtal. Upphandlingsprocessen bidrar också till kontinuerlig produktionsförbättring samt ökad standardisering av varor och tjänster vilket i sin tur leder till kostnadsminsningar. I 7.5 Så samarbetar *public service-bolagen* beskrivs de gemensamma upphandlingar som genomförts av SR, SVT, UR och SRF (Sveriges Radio Förvaltnings AB) under 2022.

- **Nycketal för produktivitet** – samlat ekonomiskt värde av produktivitetsförbättringar. För 2022 beräknas det samlade ekonomiska värdet av förändringar, rationaliseringar och innovationer till 33,8 miljoner kronor (54,1 miljoner kronor 2021). En samlad lista över de största förändringarna under året finns att läsa på sidan 224.

I sitt beslut för *public service-redovisningarna* 2021 ansåg granskningssämnaden att Sveriges Radio huvudsakligen uppfyllt kraven på att redovisa nyckeltal för produktivitet. Nämnden hade dock synpunkter på det tredje nyckeltalet i listan ovan vilket handlar om det samlade ekonomiska värdet av produktivitetsförbättringar. Man efterfrågade "att SR för att öka gransknings-

barheten av nyckeltalet tydliggör vilket mål som gäller" för nyckeltalet i fråga.

Värdet av produktivitetsförbättringar är kvantitativt medan målet är kvalitativt: Åtgärderna ska bidra till att långsiktigt stärka Sveriges Radios utbud och tjänster och därigenom bidra till att företaget når sina strategiska mål och uppfyller sitt uppdrag.

Det är också viktigt att understryka att summan som nyckeltalet utgör endast är en uppskattning av det samlade värde Sveriges Radio kan se på kort sikt. På längre sikt kan utveckling av innehåll, arbetsmetoder, teknik, fastigheter med mera naturligtvis generera nya idéer och innovationer som bidrar till ytterligare produktivitetsökning. Men sådana långsiktiga effekter är av naturliga skäl svåra att förutse, än svårare att ange som mål i ekonomiska termer.

Den osäkra utvecklingen i samhällsekonomin är en faktor som tillkommit under 2022 – kostnadsutvecklingen på sikt för lönehöjningar liksom för exempelvis lokalhyror och teknikköp är svåra att förutse. Som beskrivits tidigare kan en fortsatt hög inflation också tvinga fram större besparingsåtgärder eller uppskjutna investeringar – men att frigöra pengar eller sänka kostnader med sådana metoder kan inte per automatik räknas som rationaliseringar eller produktivitetsförbättringar.

Sveriges Radios uppfattning är därför att det inte är lämpligt ange ett exakt siffrasätt mål för det samlade ekonomiska värdet av produktivitetsförbättringar. Första punkten i medelsvillkoren anger endast att "SR ska kontinuerligt vidta åtgärder som syftar till ökad effektivitet och produktivitet" inte att dessa ska siffrasättas i mål.

Sveriges Radios tre nyckeltal för effektivitet

Här beskrivs nyckeltalen och vad de innebär:

- **Nycketal för effektivitet** – index för personligt värde. Detta mått visar andelen av veckolyssnarna som anser att Sveriges

Radio ger dem ett personligt värde. Resultatet för 2022 blev 82 procent (81 procent 2021). För att lyssnare och användare ska välja Sveriges Radios utbud i en ständig växande konkurrens är det en förutsättning att de upplever att de får ut ett personligt värde av innehållet. Sveriges Radio mäter därför regelbundet hur stor andel av publiken som uppger att de får ut ett sådant personligt värde, och företaget har som mål att siffran ska öka inom den grupp som lyssnar minst en gång per vecka. Resultatet ingår i också i uppföljningen av det strategiska målet "Jag väljer Sveriges Radio" som du kan läsa mer om i kapiteldele 1.4 *Sveriges Radios mål och strategier*.

- **Nycketal för effektivitet** – andel av samtliga Sveriges kommuner där SR gjort inslag under ett tertial. Sveriges Radio ska spegla hela landet och har målsättningen att minst en gång per tertial finnas på plats i alla landets 290 kommuner och producera innehåll däriifrån. Under 2022 uppnåddes målsättningen under samtliga tre kvartal. Målsättningen för närväro följs upp under hela tillståndsperioden. Resultatet ingår i också i uppföljningen av det strategiska målet "Jag hör min och din vardag i Sveriges Radio" som även det finns beskrivet och redovisat i kapiteldele 1.4 *Sveriges Radios mål och strategier*.

- **Nycketal för effektivitet** – fördelning av resurser utifrån programkategoriers viktighet och betyg. Matrisen 7.3.1 *Programkategoriers viktighet och betyg* beskriver hur Sveriges Radio fördelar ekonomiska medel till olika programkategorier i relation till hur programkategorierna rankas av allmänheten både vad gäller viktighet och betyg. Det är Sveriges Radios uppfattning att resultaten visar att företaget använder resurser på ett sätt som stämmer väl överens med vad allmänheten uppfattar som relevant. →

I sitt beslut för public service-redovisningarna 2021 ansåg granskningssämnaden att Sveriges Radio huvudsakligen uppfyllt kraven på att redovisa nyckeltal för effektivitet. Nämnden hade dock synpunkter på det tredje nyckeltalet i listan på föregående sida som utgörs av grafen 7.3.1 *Programkategoriers viktighet och betyg*. Nämnden ansåg att grafen inte redogör för "varför en viss programkategori får en viss andel av resurserna eller varför den kostar så mycket som den gör" och tyckte också att företaget "bör redovisa en fördjupad analys av detta samt tydliggöra vilken målsättning företaget har för de värden som presenteras i grafen". Granskningssämnaden vill även se "ett fördjupat resonemang om graden av måluppfyllelse i relation till förbrukade resurser".

Enkelt uttryckt använder Sveriges Radio grafen för att beskriva att företaget lägger mest pengar på de områden allmänheten ser som mest relevanta. 83 procent av företagets programkostnader går till nyheter, samhällsbevakning, kultur och musik. Dessa områden utgör också en stor del av kärnan i public service-uppdraget och redovisas utförligt i de två första delarna av kapitel 6. *Särskilda uppdrag och målgrupper*.

Samtidigt visar grafen 7.3.1 att allmänheten i hög grad värdesätter ett brett public service som också erbjuder genrer som sport och underhållning. Allmänheten anser också att service som exempelvis trafikinformation är mycket viktigt och håller hög kvalitet. Därför är det motiverat att Sveriges Radio lägger en del av resurserna på dessa områden.

Målsättningen är att de värden som presenteras i grafen ska vara stabila över tid vad gäller såväl allmänhetens attityder som företagets användning av resurser.

Storleken på cirkeln i grafen visualiseras fördelningen av resurser mellan programkategorierna. Enkelt uttryckt är en stabil resursfördelning avgörande för en stabil leverans av journalistik och kulturutbud till lyssnarna. Men medan storleken på respektive kategori i princip är identisk från år till år råder en förhållandevis stor rörlighet *inom* respektive kategori när utbudet förnyas över tid. Särskilt inom nyhetsverksamheten prioriterar

Sveriges Radio vid behov resurser till att bevaka särskilt stora och viktiga nyhetsförflopp – under 2022 exempelvis kriget i Ukraina och valen till riksdag, regioner och kommuner.

Långsiktiga strategier och stabila resurser är också centrala för att kunna utveckla journalistiska kompetenser och arbetsmetoder – och i förlängningen utbudet. Ett exempel på detta är att Sveriges Radio under lång tid prioriterat ett stort korrespondenträt och hög kompetens inom utrikesbevakningen. Samtidigt har företaget utvecklat metoder för bland annat snabba livesändningar och lättanvänt mobil teknik för direktrapportering – men också ett förstärkt säkerhetsarbete. De samlade effekterna av de beskrivna åtgärderna har gett *Ekot* möjligheter att prioritera en uthållig, långsiktig och nära bevakning av Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina i en omfattning som sannolikt inte varit möjlig för mindre än ett decennium sedan.

Därför kostar nyheter mest

Förutsättningarna för löpande nyhetsproduktion är också väsentligt annorlunda jämfört med de flesta så kallade kreativa näringar där många verksamheter ofta bedrivs i projektform med avgränsningar i tid och uppdrag. För ett företag som Sveriges Radio där 56 procent av det talade utbudet och 54 procent av programkostnaderna utgörs av nyheter och samhällsbevakning är denna skillnad central. Större delen av det utbud som kategoriseras som kultur, och som utgör 18 procent av det talade utbudet och 13 procent av programkostnaderna, återfinns också inom direktsända aktualitetsblock i de olika linjära kanalerna.

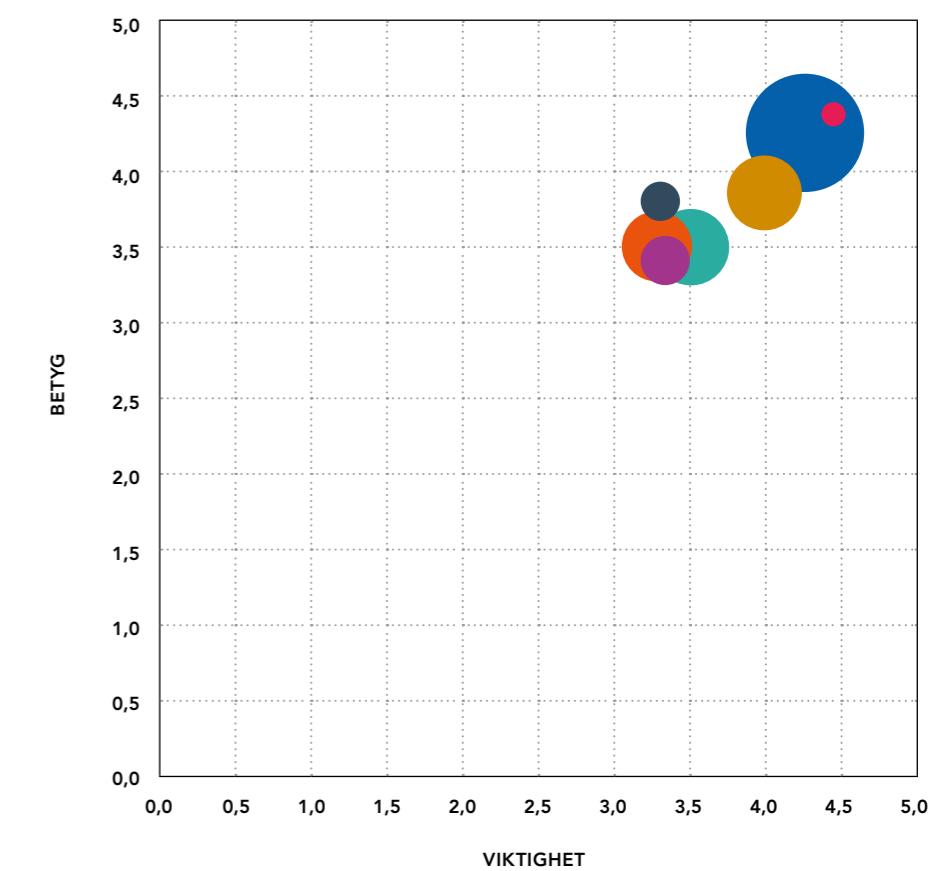
I beslutet för 2021 ställde granskningssämnaden frågan om "varför en viss programkategori får en viss andel av resurserna eller varför den kostar så mycket som den gör". Nyhetsverksamheten kostar till följd av sin omfattning och karaktär absolut mest. Nyheter publiceras och sänds dygnet runt året om, de produceras både på riksnivå och i 25 lokala kanaler samt görs på

flera olika språk. Sveriges Radios olika nyhetsredaktioner finns regelbundet på plats i samtliga Sveriges kommuner och korrespondenter finns stationerade över världen.

Totalt sett kostar också talat utbud mer än musik. Men musikområdet är även ett tydligt exempel på att skillnaderna i resursåtgång *inom* en kategori ofta kan vara större än skillnaderna i resursfördelning *mellan* kategorierna.

Ett specialbeställt originalverk som skapats av en svensk kompositör på uppdrag av Sveriges Radio kostar naturligtvis mycket mer per sänd timme än rättighetsersättning för inspelad musik. Men originalverket tillför unika icke mätbara värden som är väsentliga för att Sveriges Radio ska kunna leva upp till sitt kulturuppdrag och motiverar därför sina kostnader. ■

7.3.1 Programkategoriers viktighet och betyg



¹ Nationalencyklopedin, ne.se

² FMedelsvillkor för 2020–2025 avseende Sveriges Radio AB Medelstilldelning Prop. 2018/19:136, bet. 2019/20:KrU2, rskr. 2019/20:20.

³ "Räkna på inflationen", kalkylator på ekonomifakta.se. Beräkningen gjordes med summan 3 077 i januari 2022 jämfört med penningvärdet juni 2022.

⁴ "Indexuppräkning", www.fastighetsagarna.se.

Förändringar under året

Sveriges Radio arbetar kontinuerligt med att effektivisera, rationalisera och förbättra verksamheten. De samlade ekonomiska produktivitetsförbättringarna som gjordes under 2022 beräknas till ett ekonomiskt värde av 33,8 miljoner kronor (51,4 mkr 2021). Här följer ett urval förändringar som lett till sänkta kostnader och förbättrad effektivitet:

- **Minskade resekostnader och effektivare arbetsätt inom Programenheten** genom att fler arbetsmoment utförs via digitala kanaler.
- **Sänkta kostnader inom Programenheten** till följd av att digitala system för publicering har bytts ut eller ändrats.
- **Sänkta kostnader inom Programenheten** eftersom teknik och system för att sända via olika former av mobil utrustning har moderniserats.
- **Omvärldsbevakning och riskbedömning inom säkerhetsarbete** har utvecklats, och kostnader har sänkts genom att Sveriges Radio och SVT har utvecklat företagens samarbete kring bedömning av risker vid resor och stationeringar för utrikeskorrespondenter.
- **Sänkta kostnader inom Teknikenheten** till följd av organisationsförändringar som bland annat lett till mer kostnadseffektiva inköp.
- **Sänkta kostnader inom Teknikenheten** eftersom teknisk infrastruktur har uppdaterats, och datasystem har ersatts med mer moderna motsvarigheter som har större kapacitet. Samtidigt har överkapacitet i form av vissa programlicenser och teknisk utrustning avvecklats.
- **Effektivare arbete och förkortade ledtider** inom it-support till följd av ändrade arbetsätt.
- **SR-Akademien** har fortsatt sitt arbete med fokus på högre effektivitet och digitala arbetsätt. Fler utbildningar genomförs till lägre kostnader.
- **Sänkta kostnader och effektivisering** till följd av att företaget har byggt upp en egen rekryteringsavdelning i stället för att anlita externa konsulter för rekrytering. Arbetet inleddes under 2021 och fortsatte under 2022 och har lett till en ekonomisk besparing samt fler sökande med relevant kompetens till lediga tjänster.
- **Minskad administration och förenklade rutiner** inom ekonomirapportering.
- **Sänkta personalkostnader inom Kommunikationenheten** till följd av att tjänster har omprioriterats. Bemanningen av arbetet för att marknadsföra utbud och evenemang har blivit effektivare.
- **Sänkta kostnader för rättigheter till imaging**, det vill säga ljud som används i sändningar för jinglar och andra inslag som utgör kanalers ljudmässiga identitet och särart. Produktionen sker nu internt vilket leder till minskade kostnader för rättighetsersättning till externa upphovsmakare.



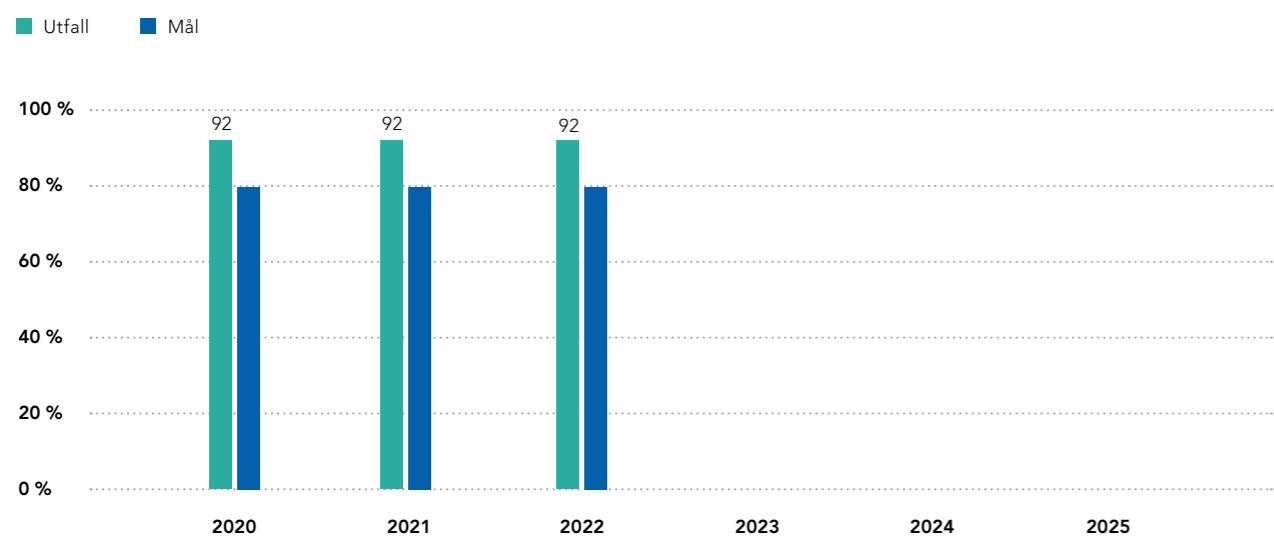
Mikael Kulle är en av programledarna när P1 Morgon börjar sända på lördagsmorgnar, en av de utbudsförändringar som genomförs under 2023. Foto: Daniel Stigefelt/Sveriges Radio.

7.3.2 Resurser för programproduktion, procent

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Programproduktion	75,2 %	78,7 %	80,2 %			
Distribution	8,6 %	8,6 %	8,2 %			
Övriga kostnader	16,2 %	12,7 %	11,6 %			
TOTALT	100 %	100 %	100 %			

7.3.3 Upphandlingsgrad, procent

Nedanstående tabell visar upphandlingsgraden för Sveriges Radios inköp 2018–2022. 2022 uppgick denna till 92 procent av inköpen på totalt 922 mnkr.



Kommentar: Målet är att upphandlingsgraden ska vara minst 80 procent. Under 2021 låg upphandlingsgraden på 92 procent.

7.4 Sidoverksamhet

• 3 / MEDELSVILLKOR

» Sidoverksamheter till SR:s sändningsverksamhet ska bära sina egna kostnader och i övrigt bedrivas på ett konkurrensneutralt sätt i förhållande till andra företag som tillhandahåller motsvarande tjänster. «

» Sidoverksamheter ska redovisas som egna resultatområden. «

• 9 / MEDELSVILLKOR

» 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. «

• 19 / MEDELSVILLKOR

» SR ska särskilt redogöra för företagets intäkter vid sidan av avgiftsmedel. «

Sveriges Radios medelstildelning ska användas till företagets kärnverksamhet som utgörs av allt marksänt innehåll, alla plattformar och tjänster företaget tillhandahåller samt allt ljud som tillhandahålls genom aktörer som länkar till Sveriges Radios innehåll. Detta beskrivs i 4.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet. Den kompletterande verksamheten syftar till att stödja kärnverksamheten och förbättra tillgängligheten för användarna.

Utöver detta bedriver Sveriges Radio en mycket begränsad sidoverksamhet som ligger inom sändningstillståndets ramar. Den bedrivs på ett konkurrensneutralt sätt och finansieras inte med public service-avgifter.

Omfattning av sidoverksamheten

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 har sin bas i företagets kompetenser inom medier och public service – i första hand journalistik, men här rymmer även utveckling av organisationer och medieteknik. Verksamheten finansieras inte med medel från public service-avgiften utan bedrivs i sin helhet med intäkter från specifika biståndsprojekt. Vanligtvis står Sida eller Svenska Institutet för finansiering av projektet.

- **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 som de kan använda i kommersiellt syfte. Det gäller exempelvis musikinspelningar för utgivning på cd, radioföljetonger för utgivning som ljudböcker, klipp för filmproduktioner och inslag i tv-program eller som del i teateruppsättningar.

Under 2022 utgjorde sidoverksamheten 0,3 procent av Sveriges Radios totala kostnader. Utifrån att kostnadspåslaget för overhead (ekonomihantering, administration, HR, juridik och fastighetskostnader) ska vara relevant och kunna justeras kontinuerligt för att speglar förändringar i verksamheten har Sveriges Radio använt kostnadsslag som är gemensamma för hela företaget. Utöver traditionella →

overheadkostnader, som behövs för att kunna bedriva kärnverksamheten programproduktion, ingår även verksamheter som kommunikation, investeringar, utveckling och teknik/it.

Resultatet för respektive sidoverksamhet balanseras mot tidigare års ackumulerade resultat.

Sveriges Radio bedömer att det inte är någon del av sidoverksamheten som riskerar att inkräkta på kärnverksamheten eller skada förtroendet för radio och tv i allmänhetens tjänst.

Prissättning inom sidoverksamheten

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. Företaget återupptog uthyrningen av lokaler under 2022 efter ett nära två år långt stopp till följd av restriktionerna under pandemin. Sveriges Radios bedömning är att de prisnivåer som används vid uthyrning av Berwaldhallen ligger

i nivå med de nivåer som används för uthyrning av andra konsertlokaler i Sverige. Bedömningen grundar sig bland annat på analyser som tidigare gjorts av en extern konsultfirma. Vad gäller musik- och publikstudiorna i Radiohuset i Stockholm låg priserna för uthyrning lägre än lite större repetitionslokaler men samtidigt högre än mindre repetitions- och inspelningslokaler. Sveriges Radio gör bedömningen att prisnivåerna för dessa typer av lokaler inte har förändrats.

Prissättning vid försäljning av licensieringar av inspelningar och program görs efter omvärldsbevakning, och avstämning mot andra bolags prisnivåer och produktionskostnader görs regelbundet. Sveriges Radio baserar sitt pris på rekommendationer från upphovsrättsorganisationer samt det beräknade PPD-priset (Published Price to Dealer), det vill säga det pris en produkt har innan produkten når handeln.

SR MDO bedriver konsult- och utbildningsarbete inom medieområdet, framför allt i låg- och medelinkomstländer utanför EU. Verksamheten finansieras huvudsakligen genom kontrakt med olika biståndsgivare, bland annat biståndsmyndigheten Sida. ■

1

miljon kronor blev överskottet
från sidoverksamheten under 2022.



Under 2022 återupptogs uthyrningsverksamhet för studior och utrustning. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

7.4.1 Intäkter och kostnader för sidoverksamheten 2020–2025, miljoner kronor

		2020	2021	2022	2023	2024	2025
SR Media Development Office	Intäkter	9,6	8,7	11,9			
	Kostnader	-8,4	-8,1	-12,1			
	Resultat	1,2	0,6	-0,2			
Uthyrning Berwaldhallen	Intäkter	0,4	-	1,1			
	Kostnader	-0,3	-	-0,6			
	Resultat	0,1	-	0,6			
Uthyrning Lokaler, Teknik	Intäkter	0,1	-	0,4			
	Kostnader	-0,1	-	-0,3			
	Resultat	0,0	-	0,1			
Licensiering	Intäkter	0,6	1,0	1,6			
	Kostnader	-1,1	-1,1	-1,1			
	Resultat	-0,5	-0,1	0,5			
Summa	Intäkter	10,7	9,6	15,0			
	Kostnader	-9,9	-9,1	-14,0			
	Resultat	0,8	0,5	1,0			

7.5 Så samarbetar public service-bolagen

• 1 / MEDELSVILLKOR

» SR ska kontinuerligt vidta åtgärder som syftar till ökad effektivitet och produktivitet. Ett led i detta är att söka samarbetsområden med Sveriges Television AB (SVT) och Sveriges Utbildningsradio AB (UR). «

• 4 / MEDELSVILLKOR

» SR ska tillsammans med SVT och UR avstå medel för Sveriges Radio Förvaltnings AB:s kostnader enligt avtal mellan programföretagen. «

• 10 / MEDELSVILLKOR

» Överenskommelser mellan SR, SVT och UR rörande insatser på minoritetsspråk och teckenspråk samt för personer med funktionsnedsättning ska sändas till regeringen (Kulturdepartementet) och Myndigheten för press, radio och tv innan verksamhetsåret börjar. «

• 17 / MEDELSVILLKOR

» SR ska fördjupa sitt samarbete med UR när det gäller fördelning och placering av sändningstid för UR:s program så att de får ett brett genomslag. «

På en nationell marknad inom ett litet språk-område som det svenska är det viktigt att dominerande medieaktörer värnar mångfalden i utbudet och en bredd i valet av ämnen, platser, röster och perspektiv. Sveriges Radio har därför valt att enbart ingå redaktionella samarbeten med andra bolag om de är nödvändiga för att produktionerna ska kunna genomföras och nå ut till sin publik – en sådan typ av satsning är till exempel Musikhjälpen.

När det gäller beredskapsarbetet och delar av säkerhetsarbetet är det viktigt av redundanskäl

att bibehålla åtskilda strukturer och planering eftersom det minskar sårbarheten avsevärt.

Den redaktionella mångfalden och bredden är central för de tre svenska public service-bolagen SR, SVT och UR och för deras respektive uppdrag. De tre bolagen samarbetar därför främst i verksamheterna vid sidan av det redaktionella utbudet, bland annat när det gäller

- upphandlingar som syftar till kostnads-sänkningar och effektiviseringar (se lista under rubriken *Koncerngemensamma upphandlingar*)

- hållbarhetsarbete, vilket fördjupats under 2022 med beslut om att hålla gemensamma utbildningar för medarbetare och att utforma klimatredovisningar på samma sätt

- säkerhetsarbete vid bland annat evenemang och vid de platser och lokaler i landet där bolagen är samlokaliseraade samt genom att de tre bolagen under 2022 beslutat att de skulle upprätta ett gemensamt säkerhetsråd där även SRF (Sveriges Radio Förvaltnings AB) kan delta vid behov

- olika typer av samarbeten kring arrangemang som större evenemang, galor, viss kulturverksamhet och utdelning av utmärkelser

- överenskommelser för insatser på minoritetsspråk och teckenspråk samt för personer med funktionsnedsättning vilka ligger till grund för verksamheterna som du kan läsa mer om i 6.4 Tillgänglighet, 6.5 Minoritets-språk och 6.6 Dialoger och möten

- medfinansiering av medieforskning och publikundersökningar, vilket även nämnas i 3.4 Sveriges Radios bidrag till en livskraftig mediemarknad

- språkvård och rådgivning samt utbildningar för nyanställda som också beskrivs i 3.8 Språkvård – ett viktigt ansvar för public service

- utbildningar inom programjuridiska frågor, som du kan läsa mer om i 3.5 Publicistiskt ansvar och granskning av innehåll

- tät dialog och erfarenhetsutbyten inom exempelvis juridik och lagstiftningsfrågor, publikanalys med flera andra områden

- löpande dialog och samarbete för att utveckla public serviceredovisningarna

- regelbundna möten mellan med företagens vd:ar där befintliga samarbeten utvärderas och nya samarbetsområden görs igenom.

De tre bolagen har också ett nära samarbete med de andra nordiska bolagen i en rad frågor, bland annat inom EBU samt Nordvision vars syfte är att stärka public service i Norden. Medlemmarna samproducerar och utväxlar program, samutvecklar format och delar olika former av kunskap över gränserna.

Bolagen medverkar dessutom tillsammans i olika typer av samarbeten inom mediebranschen som Utgivarna och det medieetiska systemet MO-MEN. Dessa kan du läsa mer om i 3.4 Sveriges Radios bidrag till en livskraftig mediemarknad samt 3.5 Publicistiskt ansvar och granskning av innehåll.

Koncerngemensamma upphandlingar

Under 2022 avslutade de tre programbolagen Sveriges Radio, SVT och UR i samarbete med Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF) 27 större gemensamma upphandlingar:

- Upphandlingar som omfattade samtliga programbolag avsåg synundersökningar och bildskärmsglasögon, prenumerations-tjänster, hotelltjänster, lässystem och tillhörande tjänster, SAK-försäkringar, resebyråtjänster, ställverksarbeten, växter och växtservice, städjänster, flytt-tjänster i Stockholm, företagshälsovårds-tjänster

samt kaffemaskiner med tillhörande förbrukningsvaror och tjänster.

- SR, SVT och UR genomförde gemensamma upphandlingar av säkerhetsutrustning med tillhörande tjänster, persondatorer och surfplattor, datortillbehör, hyra av viss teknik samt marknadsundersökningar.

- SVT och SRF genomförde en gemensam upphandling av konsulttjänster inom uthyrningsverksamhet.

- UR och SVT genomförde gemensamma upphandlingar av referensmonitorer, inspelningsbussar, ljudutrustning och tillhörande tillbehör, signalprocessutrustning, ljudutrustning, professionell ljudutrustning, fiberoptik och fiberkablage, it-konsulter samt inköp av Microsoft-produkter.

Under 2022 påbörjades vidare koncerngemensamma upphandlingar av städjänster, magasining för och flytt av dekorer, tekniska konsulter, tjänsterese-, utlandsplacerings- och olycksfalls-försäkringar, it-återvinning, el-servicearbeten och mindre el-entreprenader samt korttidshyra av bilar och taxitjänster i Göteborg respektive Malmö.

SRF – ett gemensamt serviceföretag

SRF (Sveriges Radio Förvaltnings AB) är ett serviceföretag med cirka 60 anställda som ansvarar för gemensamma service- och stödfunktioner åt de tre programbolagen. 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 och har under 2022 förstärkt sitt fokus på fastighetsfrågor.

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.



22 september 1962 invigdes Radiohuset. Under de kommande åren ska bolagen och SRF i samarbete renovera sina lokaler i Stockholm och bland annat göra gemensamma investeringar för att förstärka säkerheten. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Här delar bolagen lokaler

Bolagen har gemensamt med SRF ett fastighetsråd som samordnar lokal- och fastighetsfrågor, och programbolagen samlokalisera och samutnyttjar lokaler där det är möjligt och rationellt. Alla tre bolagen är samlokaliserade i Göteborg och Stockholm.

Sveriges Radio och SVT är samlokaliserade i

- [Arvidsjaur](#)
- [Borås](#)
- [Kalmar](#)
- [Karlskrona](#)
- [Kiruna](#)
- [Linköping](#)
- [Norrköping](#)
- [Skellefteå](#)
- [Visby](#)
- [Örnsköldsvik](#)

Sveriges Radio och UR är samlokaliserade i Malmö.

Samarbeten kring dialog och kunskapsförmedling

- Sveriges Radio, SVT och UR arrangerar tillsammans med lokala tidningshus *Fria ordets dag* där sjätteklassare får lära sig mer om journalistik, tryck- och yttrandefrihet och källkritik. Under 2023 kommer *Fria ordets dag* även byggas ut med en version för niondeklassare.
- De tre bolagen arrangerar tillsammans den årliga konferensen *PS Funk-dagen* där företrädare för olika organisationer med fokus på frågor om tillgänglighet och funktionsrätt möter företrädare för Sveriges Radio, SVT och UR. Syftet är att inspirera till bättre inkludering av personer med funktionsnedsättning i public service.

Samarbeten kring program

- Sveriges Radio och UR samarbetar kring *Barnradions bokpris*.
- Sveriges Radio och SVT samarbetar kring *Vi i femman*, *Världens barn*, *P3 Guld*, *Melodifestivalen* och *Idrottsgalan* samt en del av Berwaldhallens konserter. *P3 Guld* återkommer 2023 efter ett uppehåll under pandemin 2022.
- SVT och UR samarbetar kring *Lilla Aktuellt* och *Lilla Aktuellt Skola*.
- Sveriges Radio, SVT och Radiohjälpen samarbetar kring *Musikhjälpen*.
- Sveriges Radio och SVT samarbetar redaktionellt med *Sameradion* och SVT Sápmi.

Samarbeten kring administration, arkiv och HR-frågor

Sveriges Radio och UR samarbetar och utbyter erfarenheter kring HR-frågor. SVT sköter delar av UR:s ekonomi- och löneadministration samt har ett gemensamt arkiv för rörligt bildmaterial som byts ut och förnyas 2022–2023. ■

8.

Planer för framtiden

Att fördjupa de stora framtidsfrågorna och att utveckla nyhetsinnehållet och utbudet för de yngsta lyssnarna är några av de områden som Sveriges Radio kommer att prioritera under de kommande åren.



Skådespelare, regissör och inte minst programledare – Emma Molin är en välkänd röst i P3. De linjära kanalerna ses över i ett större projekt under 2023. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

8 Planer för framtiden

• 20 / MEDELSVILLKOR

» Redovisningen ska även avse [...] företagets planer för kommande år. «

Under 2023 och kommande år fortsätter Sveriges Radio utveckla sitt utbud och de tjänster där innehållet görs tillgängligt. I de tidigare kapitlen har mycket av det pågående och framtida utvecklingsarbetet inom Sveriges Radio beskrivits. Ljudet är i fokus och likaså ambitionen att så många som möjligt ska hitta något i utbudet som ger dem ett personligt värde. Under 2023 kommer självklart ett stort fokus att ligga på fortsatt bevakning av kriget i Ukraina och dess följer.

Många av de större projektene för utveckling av innehåll, teknik och kompetens är fleråriga, och flera projekt löper genom hela tillståndsperioden. Det gäller inte minst utveckling av det lokala och regionala innehållet som utgör den allra största andelen av Sveriges Radios utbud. P4-kanalerna sänder cirka 240 timmar lokalt innehåll varje vardag med nyheter och samhällsfrågor, debatt och dialog, kultur och underhållning. En rad projekt inom företaget syftar också till att utveckla det lokala utbudet, stärka närvaren på fler platser och öka lyssningen via digitala plattformar. Detta kan du läsa mer om i 6.7 Lokalt uppdrag.

Ljudet är i fokus och likaså ambitionen att så många som möjligt ska hitta något i utbudet som ger dem ett personligt värde.

Satsningar inom utbudet

Arbetet med Sveriges Radios långsiktiga publicistiska utveckling i linje med visionen *"Fler röster och starkare berättelser för en större förståelse"* fortsätter. Under 2023 kommer företaget bland annat att satsa på projekt som syftar till att utveckla följande:

- **Utbudet på Sveriges Radio Play.** Sveriges Radios digitala ljudutbud ska vara bäst att ta del av på företagets egna plattformar. Utvecklingsarbetet under de kommande åren har som ambition att göra Sveriges Radio Play till det självklara valet för lyssnaren som vill ha nyheter, poddar och linjära kanaler från Sveriges Radio.
- **De stora frågorna.** Detta är ett flerårigt projekt under tillståndsperioden för att ta fram nya innehållsformat kring de stora samtida och framtida ödesfrågorna för världen och Sverige inom områden som ekonomi, säkerhetspolitik, vetenskap, miljö/klimat samt humaniora/samhälle. I 6.1 Nyheter och samhällsbevakning kan du läsa mer om ett antal satsningar som gjorts under 2022 eller som kommer att lanseras under 2023. Utbudsutvecklingen kommer att ha ett digitalt fokus men ska även bidra till ökad kvalitet i linjära sändningar.
- **Utbudet för barn upp till tolv år.** Det här projektet omfattar ett större arbete som syftar till att utveckla innehåll och arbetsmetoder för att nå den yngsta publiken via digitala plattformar. Detta beskrivs i 3.10 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens samt 6.3 Barn och unga.
- **Radiosporten.** Arbetet med att utveckla och anpassa sportinnehållet för lyssning via digitala plattformar fortsätter under 2023. I 5.1 Det breda uppdraget får du en mer detaljerad redogörelse om Radiosportens utbud.



Mira Berggren och Duaa Alabs arbetar med att utveckla Sveriges Radios digitala plattformar och verktyg.
Foto: Daniel Stigefelt/Sveriges Radio.

- **Kultur.** Ett analysarbete kring framtidens kulturjournalistiska innehåll i Sveriges Radio inleddes under 2022 och fortsätter under 2023. Mer om detta arbete presenteras i 6.2 Kultur.
- **Det linjära utbudet.** Alltjämt når Sveriges Radios linjära kanaler en mycket stor publik – cirka 7 av 10 svenskar under en vecka. Under 2022 inleddes ett större projekt som handlar om hur företaget ska utforma framtidens linjära radioutbud för att fortsätta attrahera en stor publik under överskådlig tid. I 2.3 Så används och uppfattas Sveriges Radio kan du läsa mer om hur lyssnandet på on demand-innehåll ökar medan det minskar för linjär radio.

Utveckling av arbetsmetoder och teknik

I 3.10 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens kan du läsa om hur Sveriges Radio bedriver sitt löpande arbete med att utveckla de plattfor-

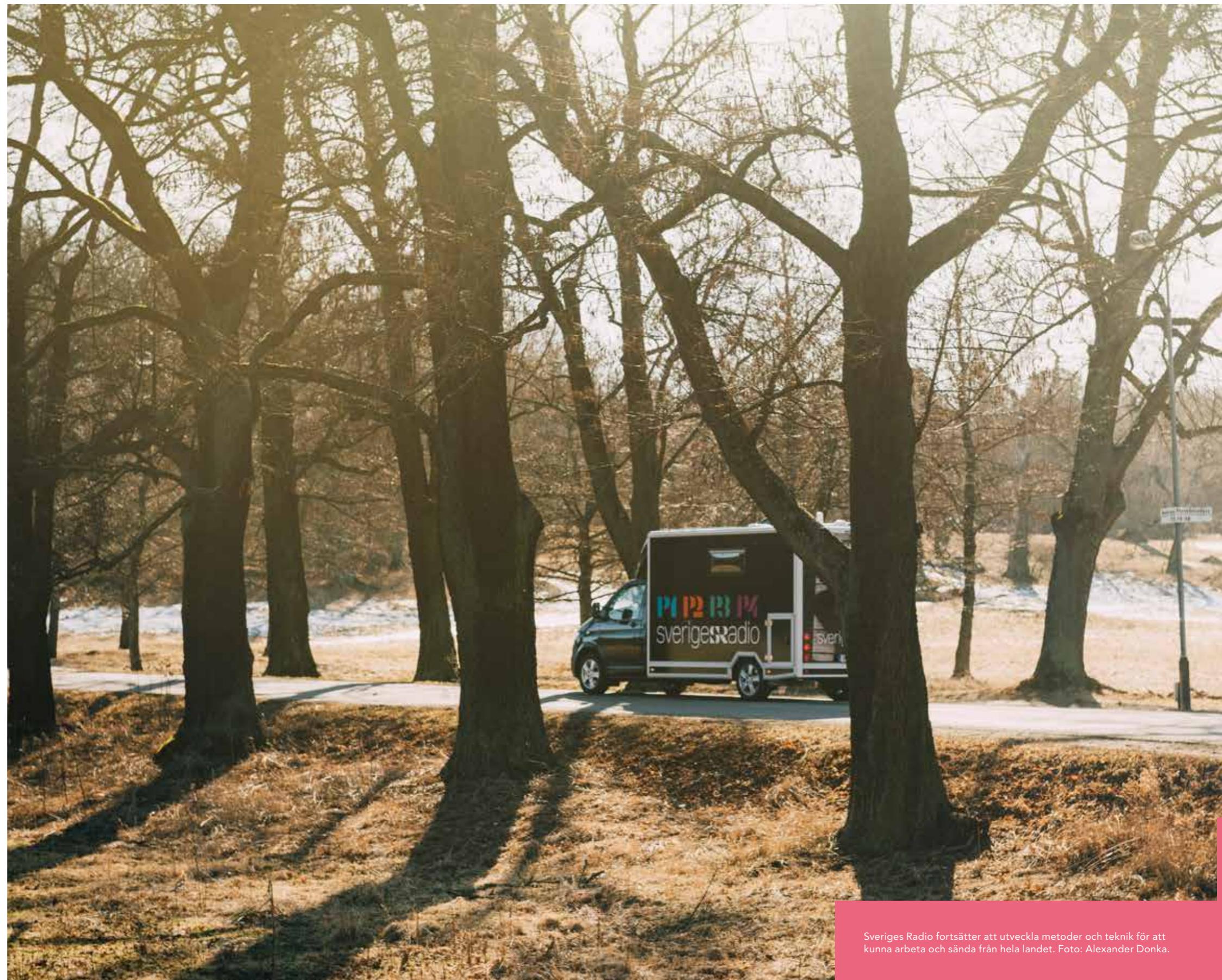
mar och distributionssätt som når lyssnarna. Företaget arbetar också med att utveckla de arbetssätt och den tekniska utrustning som medarbetarna använder för att skapa innehåll.

I arbetet ingår fortsatt utveckling av Sveriges Radio Play, tillgång till innehållet i uppkopplade bilar, automatisk transkribering, dataanalys med mera – allt i syfte att motsvara publikens högt ställda förväntningar.

Sveriges Radio fortsätter också utveckla interna arbetssätt som olika tekniska och mobila lösningar som gör det enklare att enkelt sända direkt i princip när som helst från vilken plats som helst. På längre sikt är planen även att utveckla och införa ett nytt system för radioproduktion inom Sveriges Radio och på så sätt åstadkomma en genomgripande modernisering av den samlade tekniska utrustningen för radio- och poddproduktion.

Lokalerna för nyhetsproduktion i Radiohuset står också inför ombyggnad och modernisering. När det gäller Sveriges Radio som arbetsplats kommer företaget bland annat att satsa på följande: →

- **Fortsatt förstärkning av säkerhet.**
Företaget gör fortsatta satsningar på att stärka it-säkerheten och att modernisera företagets tekniska infrastruktur i syfte att öka utvecklingsförmågan. Förbättrad it-miljö och förstärkningar av säkerhets- och beredskapsarbetet är också prioriterat.
- **Fortsatt utveckling av hållbarhetsarbete.**
En särskild hållbarhetsansvarig tillsattes 2021 och har under 2022 i nära samarbete med de andra public service-bolagen tagit fram gemensamma åtgärder, mätmetoder med mera. Under 2023 fortsätter arbetet.
- **Kompetensförsörjning.** SR-Akademien vidareutvecklar metoder och utbildningsverksamhet för att medarbetarna ska kunna ha relevanta kunskaper och färdigheter – bland annat sker satsningar på att utveckla ledarskap under de kommande åren. Den särskilda satsningen på trainee-utbildningar för nya medarbetare på redaktionerna för minoritetsspråk har inletts och fortsätter under 2023.
- **Arbetsmiljö.** Sveriges Radio kommer att gå vidare med att förbättra arbetsmiljön genom att fokusera på ökat samarbete mellan och inom avdelningar, utbildningar och särskilda insatser kring arbetsklimat, nya metoder och principer för distansarbete med mera.
- **Fler perspektiv.** Under tillståndsperioden utvecklas metoderna att säkerställa att de som arbetar på företaget tillför olika kompetenser och kunskaper samt att det återspeglas i utbudet. De kommande åren ligger fokus på att se till att metoderna för fler perspektiv överförs från projekt till ordinarie arbete och organisation.



Snabbguiden

Här besvaras kraven i sändningstillståndet

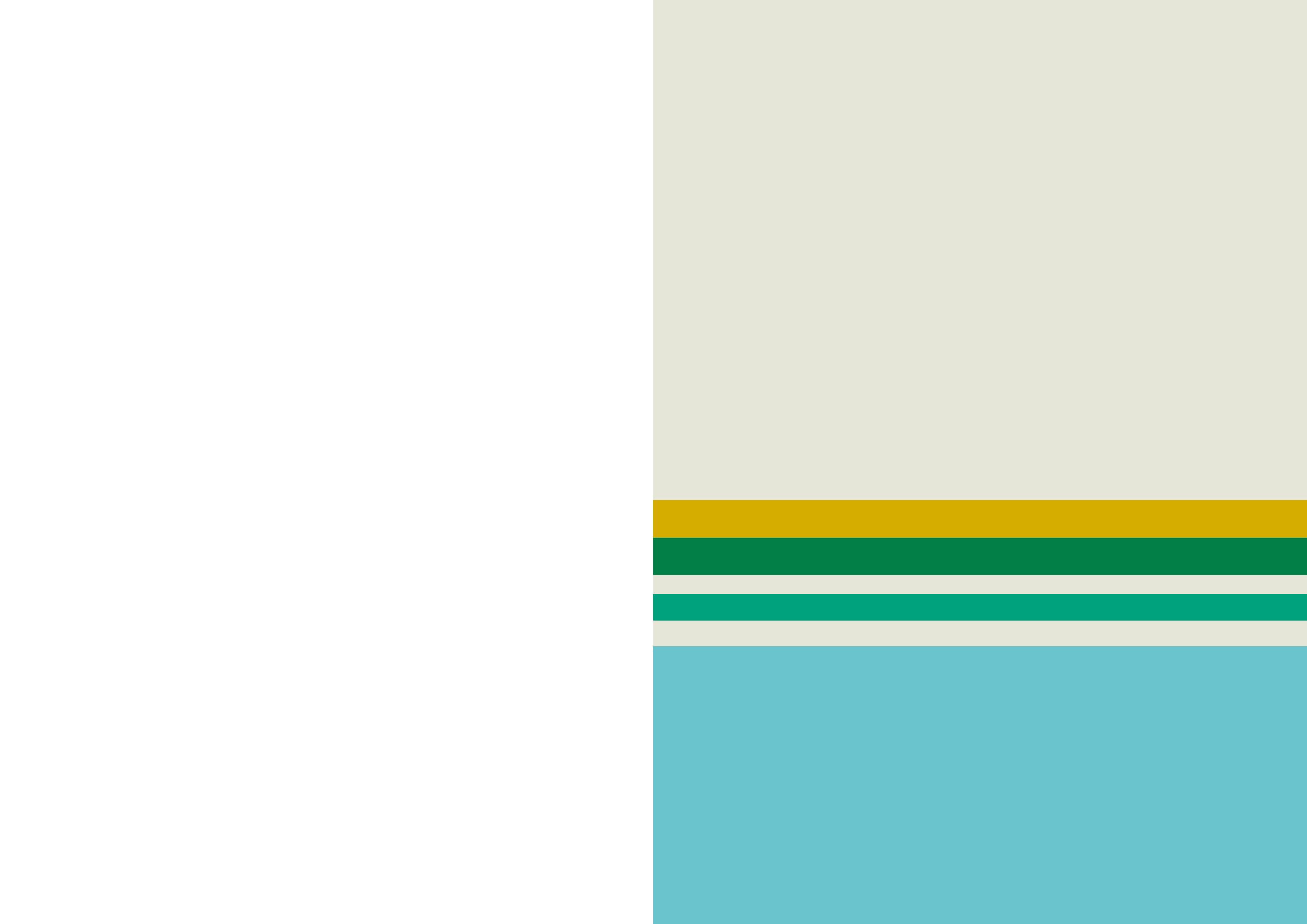
Nyckelord i paragraferna		Kapitel, avsnitt eller förklaring
fyra ljudradioprogram		4.1 och 6.7
§ 1 regionalt innehåll		4.1 och 6.7
99,8 procents täckning		4.1
§ 2 upplåta sändningstid till Utbildningsradion		4.1
§ 3 mottagning av sändningar		4
§ 4 analog utsändningsteknik av hög kvalitet		3.12
mångsidigt programutbud		5 och 6
särskilt ansvar för svenska språket		3.8
§ 5 jämförbarhet och mångfald, speglar hela landet och variation i befolkningen		5.4
hög kvalitet, nyskapande form och innehåll		5.4
folkbildningsambitioner		5.2
mångfald av åsikter		5.4
§ 6 variation i produktionsformer		3.2
nyhetsverksamhet		6.1
§ 7 perspektiv utifrån olika utgångspunkter		5.4
stärkt bevakning av svagt bevakade områden		5.4 och 6.7
§ 8 kulturutbud		6.2
barn och unga		6.3
§ 9 minoritetsspråk för barn och unga		6.5
tillgänglighet, funktionsnedsättning		6.4
§ 10 dialog med berörda grupper		6.6
minoritetsspråk		6.5
§ 11 dialog med berörda grupper		6.6
§ 12 opartiskt, sakligt, vidsträckt yttrandefrihet		3.5
§ 13 beriktigande		3.5
§ 14 genmäle		3.5
§ 15 respektera enskilda privatliv		3.5
§ 16 ljudradions särskilda genomslagskraft		3.5

§ 17 ej sända reklam	SR sänder inte reklam, endast information om sin egen, SVT:s och UR:s programverksamhet
§ 18 sponsring, indirekt sponsring	7.1
§ 19 sponsringsmeddelande	sponsring förekommer inte i SR:s utbud
§ 20 reklaminslag	se förklaring § 17
§ 21 säkerhet för produktion och distribution	3.12
§ 22 VMA	3.11
hög säkerhet	3.11
§ 23 beredskapsarbete	3.11
risk- och sårbarhetsanalys	3.11
§ 24 del av totalförsvaret	3.11

Här besvaras kraven i medelsvillkoren

Nyckelord i punkterna		Kapitel, avsnitt eller förklaring
ekonomiska ramar, prioriteringar		7
• 1 produktivitet		7.3
samarbetsområden med SVT och UR		7.5
• 2 kärnverksamhet och kompletterande verksamhet		4.3
• 3 sidoverksamhet		7.4
• 4 Sveriges Radio Förvalnings AB		7.5
• 5 ta emot sändningar utan särskild betalning		4
delta i teknisk utveckling		4.2
• 6 kärnverksamhet på olika plattformar		4.3
prioritering av egna plattformar		4
• 7 utbud utformat för så många som möjligt		4
• 8 riktlinjer för plattformar som inte är SR:s egna		4.2
kärnverksamhet och kompletterande verksamhet		4.3
• 9 sidoverksamhet		7.4

Nyckelord i punkterna	Kapitel, avsnitt eller förklaring
• 10 överenskommelser med SVT och UR angående minoritetsspråk respektive funktionsnedsättning	överenskommelserna lämnades in före 2022-01-01
• 11 Berwaldhallen	6.2
• 12 nya tjänster	3.7
• 13 decentraliserad organisation	3.6
• 14 55 procent av allmänproduktion utanför Stockholm	5.5
kvalitativa nyhetsmediers konkurrensförutsättningar	3.4
• 15 livskraftig mediemarknad	3.4
• 16 livskraftig produktionsmarknad i hela landet	3.3
• 17 samarbete med Utbildningsradion under sändningstid	bolagen har upprättat ett avtal
• 18 om SR:s sändningstillstånd upphör	fotnot i kapitel 7
årlig redovisning enligt sändningstillstånd och medelsvillkor	1
intäkter	7.1
programverksamhet på internet	5.3, 6.4 och 6.5
kommersiella samarbeten	7.1
kostrader	7.2
• 19 resurser per programkategori	7.2, 7.3 och 5.3
produktivitet, effektivitet och effektiviseringsåtgärder	7.3
koncernsamarbeten	7.5
sidoverksamhet	7.4
riktlinjer för distribution på plattformar som inte är företagets egna	4.2
programstatistik	4, 5 och 6
• 20 omfattning av lyssnande, publikens reaktioner	2
planer för kommande år	8
samverkan för att utveckla redovisningen	1.2
• 21 definiera och operationalisera centrala begrepp	1.2
stimulera diskussion om verksamheten	1.2 och 3.4
• 22 revisorsintyg	sist i redovisningen



Det här är Sveriges Radios public service-redovisning för 2022. Här kan du läsa om hur företaget arbetat under året för att uppfylla sitt uppdrag. Samtliga krav som ställs i Sveriges Radios sändningstillstånd och medelsvillkor besvaras. Redovisningen ger också en överblick över hur företaget är organiserat för att med ljudet i fokus skapa ett utbud för alla i vårt land.



sverigesradio

Public service-redovisningen 2022 är framtagen vid Sveriges Radios analysavdelning.

Grafisk form: Roi Division **Tryck:** Stibo Complete
© Sveriges Radio AB 2023