SVERIGES RADIO MOT 2019

SVERIGES RADIOS AVSIKTSFÖRKLARING
VID KONTROLLSTATIONEN 2011



Sveriges Radios rapportering från Egypten under veckor av demonstrationer i Kairo i början av 2011 kommer sannolikt att gå till svensk radiohistoria. **Cecilia Uddén, Agneta Ramberg** och **Nils Horner** rapporterade fortlöpande vecka efter vecka. Ett helt **Studio Ett** sändes under en av de mest dramatiska dagarna från en balkong på Marriott Hotel med utsikt över stora delar av det oroliga Kairo. På bilden intervjuar Cecilia Uddén en av Egyptens mest prominenta oberoende publicister Hisham Kassem på Tahrirtorget.

SVERIGES RADIO MOT 2019

SVERIGES RADIOS AVSIKTSFÖRKLARING VID KONTROLLSTATIONEN 2011

INNEHÅLL

1 Inledning – Nu avgörs framtiden för public service 8

2 Sveriges Radio – populärt, viktigt och effektivt 10
2.1 Publiken litar på Sveriges Radio 11
2.2 Publiken lyssnar på Sveriges Radio 11
2.3 Publiken betalar för Sveriges Radio 12

3 Sveriges Radio i ett nytt medielandskap 13
3.1 Internet förändrade alla medier 14
3.2 Konvergens, konkurrens och fragmentering 14

4 Sveriges Radio ännu viktigare i framtiden 16
4.1 Främjar demokratin 16
4.2 Bevakar hela landet 17
4.3 Tillgängligt för alla 17
4.4 Minskar informationsklyftorna 18
4.5 Skapar kultur 18
4.6 Informerar i kris 18
4.7 Folkbildande och språkvårdande 19
4.8 Främjar sammanhållning 19
4.9 Bidrar till integration 20

5 Framtidens innehåll 21
5.1 Originaljournalistiken – journalistik som gör skillnad 21
5.2 Delaktighet och medskapande – Journalistik 3.0 22
5.3 Utvecklat nyhetsutbud 22
5.4 Den lokala närvaron 23
5.5 Utrikesbevakningen 24
5.6 Kultur 25
5.7 Musik 26
5.8 Barn och ungdom 26
5.9 Öppna arkiven 27

6 Sveriges Radio vill öka tillgängligheten 28
6.1 Traditionell radio 29
6.2 Digitalradio – utvecklar radiomediet 30
6.3 Bilradio – tjänster och framtida teknik 31
6.4 Sveriges Radio på nätet 31
6.5 Ny digital logik ställer krav på Sveriges Radio 33
6.6 Radion finns i allt fler apparater 34

7 Medarbetarna – konkurrens om framtida kompetens 35
7.1 Utvecklad kompetens 35
7.2 Stor uppdragsgivare för externa medarbetare 36

8 Regleringen 37
8.1 Nuvarande reglering 37
8.2 Reformbehov 38
8.3 Förhandsprövning 39
8.4 Finansiella förutsättningar 40

9 Ekonomin på medellång sikt 41
9.1 Ekonomin 2002–2009 41
9.2 Ett dubbelt produktivitetsavdrag 42
9.3 Besparingar i programverksamheten 43
9.4 2010 – undantagsåret som visar vägen 45
9.5 2011–2019 minus 395 miljoner 45
9.6 Besparingar träffar väsentligen programmen 47
9.7 Att ta samhällsansvar 49

Appendix 50
Så här arbetade vi med avsiktsförklaringen 50

FÖRORD

Denna avsiktsförklaring utgör en del av det underlag som Sveriges Radio överlämnar till regeringen inför den kontrollstation som är inlagd i sändningstillståndet för perioden 2010–2013.

Avsiktsförklaringen uttrycker Sveriges Radios ambitioner och viljeinriktning i ett tidsperspektiv som sträcker sig fram till 2019. Det innebär att den omfattar den återstående delen av innevarande tillståndsperiod men också de kommande sex år som nästa sändningstillstånd förväntas omfatta.

Den interna processen i Sveriges Radio inför avsiktsförklaringen har varit omfattande. Den beskrivs i ett särskilt appendix. Under 2009–10 genomfördes en framtidsutredning (sverigesradio.se/framtidsutredningen) som publicerats i särskild ordning. Hösten 2010 lades den interaktiva webboken ”Journalistik 3.0 – medieormen ömsar skinn” sverigesradio.se/medieormen), författad av Sveriges Radios VD och vice VD, ut på Sveriges Radios webbsajt. Till båda dessa publikationer hänvisas i avsiktsförklaringen. Underlaget för styrelsens beslut har utarbetats inom Sveriges Radios direktion.

Agneta Dreber
ORDF SVERIGES RADIOS STYRELSE

Mats Svegfors
VD SVERIGES RADIO

Cilla Benkö
VICE VD SVERIGES RADIO

1
INLEDNING – NU AVGÖRS FRAMTIDEN FÖR PUBLIC SERVICE

Hösten 2013 fattar riksdagen beslut om villkor och inriktning för Sveriges Radio fram till 2019. Men det beslut som formellt fattas om två och ett halvt år kommer i realiteten att successivt växa fram i en process som på allvar tar sin början nu. Första steget är att direktiv utformas för den public serviceutredning som tillsätts senare i år. Arbetet med dessa direktiv pågår nu. Nästa steg är att utredningen tillsätts vilket sker senare i år.

Det har stor betydelse om utredningen blir parlamentarisk eller ej. En parlamentarisk utredning ger förutsättningar för en öppen och transparent beredningsprocess. Bred kunskap kan nyttiggöras. Inte minst det förhållandet att public service framtid är så nära kopplad till utvecklingen av nya medier talar för en process som kännetecknas av öppenhet och dialog.

Regeringen ”äger” frågan om den fortsatta beredningsprocessen, inklusive avgörandet när det gäller formerna för utredningsarbetet. Men det finns anledning att understryka hur viktigt den breda politiska uppslutningen har varit för Sveriges Radios ställning i samhället och hos lyssnarna.

SVERIGES RADIO I SIFFROR

217 000 TIMMAR RADIO VARJE ÅR

600 TIMMAR VARJE DYGN

400 PROGRAM

4 MILJONER LYSSNARE VARJE DAG

17 PROCENT AV DEN SAMLADE SVENSKA MEDIEKONSUMTIONEN (I TID)

Regering och riksdag gör sina ställningstaganden i en tid av stor osäkerhet och stora förändringar i mediestrukturen. Dagstidningarna tappar läsare, prenumeranter och annonsintäkter. Journalistiska besparingar i tidningsföretagen kommer även fortsättningsvis att vara oundvikliga. Konkurrenstrycket på tv är stort vilket leder till en påtaglig kommersialisering av tv-utbudet. Sveriges Television är snart ensamt om att erbjuda ett brett och kvalificerat innehåll. Också utvecklingen på tv-marknaden leder till hård press på resurserna för kvalificerad journalistik.

Sveriges Radio möter stort förtroende. De höga lyssnarsiffrorna har kunnat försvaras. Sveriges Radio ligger långt fram när det gäller utvecklingen av de nya medierna och den nya journalistiken. I en allt mer kommersialiserad medievärld kan Sveriges Radio ge prioritet åt det som är publicistiskt motiverat. En viktig förklaring till detta är att Sveriges Radio, med den uppdelning mellan radio- och tv-bolag som råder i Sverige, kan göra radiospecifika prioriteringar. Inte minst visas denna koncentration på publicistiken av att Sveriges Radio kan ha Nordens största nät av utrikeskorrespondenter. Det generella mönstret är ett helt annat. Trots en allt mer internationaliserad värld tvingas de flesta medieföretag att montera ned betydande delar av sina korrespondentnät. Detta hindrar inte att också Sveriges Radio under de senaste åren har tvingats spara; specialreportrarna är färre än tidigare och reportrarna på såväl de lokala kanalerna som på genreredaktionerna har blivit färre.

I det följande anges huvudfrågor för Sveriges Radios utveckling på medellång sikt. Bedömningar och viljeinriktning redovisas inför kontrollstationen i det nuvarande sändningstillståndet men också inför det nya sändningstillstånd som antas omfatta perioden 2014–2019. Huvudfrågorna handlar om Sveriges Radios roll i mediesamhället, om uppdraget, om tekniken, om oberoendet och därmed om det höga förtroendet. Hur ska publicistik och trovärdighet kunna värnas och hur ska de ekonomiska förutsättningar som sist och slutligen blir helt avgörande för public serviceradio under 2010-talet, kunna säkras.

SPRÅKSÄNDNINGAR

SAMERADION
SISURADIO
ARABISKA
TYSKA
ENGELSKA
KURDISKA
MEÄNKIELI
PERSISKA
ROMANI
RYSKA
SOMALISKA

SVERIGES RADIOS KORRESPONDENTNÄT



SÄRSKILDA SPECIALISTKORRAR:

– UNGDOM
– KULTUR
– EKONOMI

Korrespondenternas placeringsorter från vilka de bevakar sina områden. Sydeuropa, Balkan och Asien har inga fasta placeringsorter.

2
SVERIGES RADIO – POPULÄRT, VIKTIGT OCH EFFEKTIVT

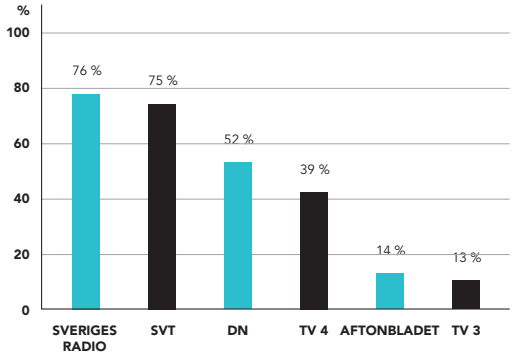
”Vi uppfattar Sveriges Radio som en innovativ och framåttänkande organisation med en medvetenhet att inte tappa verksamhetens kärna, dvs radio- och public servicevärdena. Ert arbete med att utveckla Sveriges Radio, dess uttryck och funktionalitet, via digitala medier känns helt rätt.”

EBU:S AVD FÖR SIS (STRATEGIC INFORMATION SERVICE), 2011.

Sju av tio som bor och lever i Sverige lyssnar *varje vecka* på Sveriges Radio. Fem av tio lyssnar *varje dag*. Programmen i alla kanaler får bra eller mycket bra betyg av lyssnarna. Sveriges Radio har det högsta förtroendet av alla medieföretag i landet enligt den årliga Förtroendebarometern. Sveriges Radio är *hela* Sveriges radio sett till positionen hos lyssnarna men också genom närvaro och produktion på ett 40-tal orter. Sveriges Radio är välorganiserat och effektivt med en stark publicistisk kultur. Även i ett internationellt perspektiv kan svenska folket känna stolthet över att Sveriges Radio är en av de främsta förebilderna för många av Europas radioföretag i allmänhetens tjänst.

Men inget framgångsrikt företag kan leva på historiska meriter. Sveriges Radio är följaktligen ett av de radioföretag som driver radioutvecklingen internationellt. Sveriges Radio måste också ständigt utvecklas för att möta samhällets och publikens framtida behov vilket inte står i motsats till att i varje ögonblick söka lyssnarnas uppskattning och förtroende. Sveriges Radio måste också fortsätta att vara garanten för oberoende originaljournalistik som dagligen även förser publiken med information och kunskap den inte visste att den behövde. Bredden i programutbudet såväl i FM-nätet som på webben är av avgörande betydelse för Sveriges Radios ställning hos publiken. Bredden i innehållet handlar om både ämnesval och genrer. Radion ska informera men också roa. ”Upplysning och gemenskap” skulle kunna stå som rubrik över varje dags radiotablå.

FÖRTROENDEBAROMETERN 2010



Andel av de tillfrågade som har svarat ”mycket eller ganska stort förtroende”. Frågan löd: Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?

KÄLLA MEDIEAKADEMIN

Sveriges Radio producerar i dag fyra rikskanaler, en av dem rymmande 25 lokala kanaler. Samtliga kanaler finns både som FM-sändningar och på nätet. Publicistiskt och produktionsmässigt, motsvarar detta utgivningen av tre dagliga rikstidningar och 25 lokala femdagarstidningar. För att leva upp till samhällets krav på public service krävs tillräckliga resurser och att ett antal andra grundläggande förutsättningar är tillgodosedda.

2.1 **PUBLIKEN LITAR PÅ SVERIGES RADIO**

Medieakademins årliga Förtroendebarometer visar att Sveriges Radio är det medieföretag som har högst förtroende hos publiken. Det är ett viktigt kvitto för ett public serviceföretag. Sveriges Radio är ett oberoende och opartiskt medieföretag som lever upp till både ansvar och uppdrag.

Bussar är inställda, snöplogen har kört i diket, posten uteblir, ingen morgontidning, tågen försenas. Men Sveriges Radio sänder, lokalt, nationellt och från hela världen, varje timme dygnet runt i helg och söcken. Det kan folk lita på, om inget annat.

STAFFAN SILLÉN, EKOTS CHEF.

2.2 **PUBLIKEN LYSSNAR PÅ SVERIGES RADIO**

Att drygt fyra miljoner människor lyssnar på Sveriges Radio varje dag och drygt sex miljoner lyssnar varje vecka visar att Sveriges Radio spelar en viktig roll i människors vardag. Radion är snabb och informativ, agendasättande, fördjupande och intresseväckande, underhållande och folkbildande. För många lyssnare är den inte minst ett viktigt sällskap. Radion är tillgänglig. Det är enkelt att lyssna på radio och det är ett medium som passar bra för den mobila individen. Radion är förflyttningens och samtidighetens medium – den fungerar lika väl i bilen och vid den längre resan med allmänna samfärdsmedel som vid den långa helgpromenaden.

”Ni räddar mina dagar! Jag har lyssnat i stort sett på varje spanarprogram (Spanarna i P1) sedan jag var 14 år. Idag är jag 34 år och föräldraledig med mitt andra barn. Jag vill bara tacka för att ni finns och hur det piggar upp mina barnvagnspromenader oavsett väder och årstid. Folk tittar lite konstigt när jag går där och skrattar för mig själv och lever mig in i diskussionerna. Tack!”

ANNAKARIN RASMUSSON,
LYSSNARE.

ANTAL LYSSNARE KÄLLA: TNS SIFO

P1 NÅR DAGLIGEN EN MILJON LYSSNARE.

CA 120 000 PERSONER LYSSNAR PÅ P2 VARJE DAG.

DRYGT 860 000 PERSONER LYSSNAR PÅ P3 VARJE DAG.

P4 HAR EN GENOMSNITTLIG DAG ÖVER 2,5 MILJONER LYSSNARE.

2.3 **PUBLIKEN BETALAR FÖR SVERIGES RADIO**

Sveriges Radio och de övriga public servicebolagen finansieras genom radio- och tv-avgiften. Betalningsviljan är god, nio av tio hushåll betalar avgiften. Eftersom public service finansieras av lyssnarna är det särskilt viktigt att Sveriges Radio använder sina resurser effektivt och ansvarsfullt. Arbetet med att effektivisera verksamheten pågår kontinuerligt. Företaget har genomfört ett internt teknikskifte, från analog produktionsteknik till digital. Det har inneburit mer effektiva arbetssätt och ökad produktivitet. Sveriges Radio har också rationaliserat verksamheten genom en ny organisation och nya arbetsrutiner samt minskat antalet anställda framför allt inom administration och teknik, men även på redaktionerna. Företaget samarbetar med övriga public servicebolag, Sveriges Television och Utbildningsradion, för att minska kostnader där det är möjligt. Hittills har ansträngningarna lett till att Sveriges Radio gjort besparingar på ca 35 miljoner kronor inom framför allt administration, förvaltning, samordning av inköp och lokaler.

Radio- och tv-avgiften är för närvarande 173 kronor per månad varav 64 kronor – eller två kronor om dagen – utgör kostnaden för Sveriges Radio. Lyssnarna får genom Sveriges Radio mycket public serviceinnehåll för pengarna.

A 24 % tycker att det är acceptabelt att något år inte betala tv-avgiften

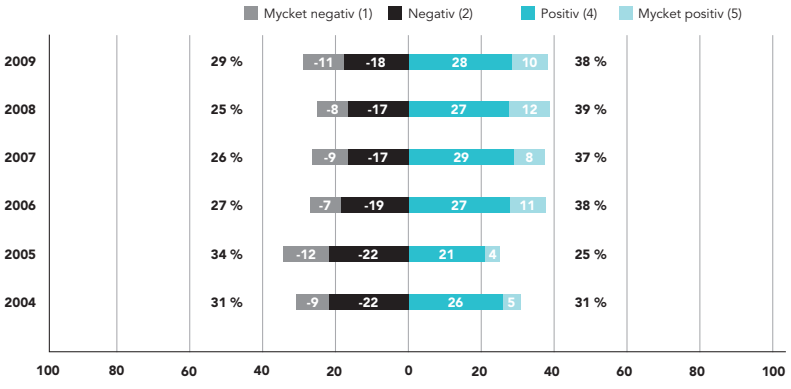
B 36 % tycker att det är acceptabelt att någon gång anlita svart arbetskraft

C 39 % tycker att det är acceptabelt att ladda ner musik från nätet utan att betala

KÄLLA: ATTITYDUNDERSÖKNING, MEDIAVISION, 2010.

ÖVERGRIPANDE INSTÄLLNING TILL RADIO- OCH TV-AVGIFTEN

– Jämförelse 2004–2009



Av de som tycker att man får mycket för pengarna är 56 % positiva till radio- och tv-avgiften medan endast 15 % av de som tycker att man får lite för pengarna är positiva.

KÄLLA: RIKAB, RADIOTJÄNST I KIRUNA AB, 2010.

3
SVERIGES RADIO I ETT NYTT MEDIELANDSKAP

Medielandskapet har genomgått en kraftig förvandling under de senaste tjugo åren, framför allt som en konsekvens av internets intåg, men också som en följd av att tidningshusen har blivit färre och gratistidningar har fått stort genomslag, särskilt i de större städerna. Antalet tillgängliga kommersiella tv-kanaler har exploderat och konkurrensen om den begränsade svenska publiken är stark.

Den tilltagande mediekonkurrensen gäller framförallt sport och underhållning. Risken är uppenbar att detta drar resurser från kvalitets- och samhällsjournalistiken.

Även när det gäller radio har konkurrensen ökat men den kan inte mäta sig med konkurrensen på tv-marknaden. I Sverige finns drygt hundra koncessioner för reklamradio (2011). Via internet har lyssnarna dessutom tillgång till tusentals kanaler från hela världen.

Den konkurrens som traditionella medier möter är inte längre enbart inhemsk. De kommersiella medieaktörerna konkurrerar om annonsintäkterna med globala aktörer som t ex Google, MSN, Facebook och YouTube. Dagstidningarna har tappat en fjärdedel av sin upplaga och en tredjedel av sina annonsintäkter på bara två decennier. Radiomediet står sig bra i konkurrensen om människors tid men tappar långsamt lyssnare i FM-nätet. Den tilltagande konkurrensen om läsarnas, lyssnarnas och tittarnas tid leder till en kommersialisering av medie-innehållet på bekostnad av publicistiska värden.

MEDIEKONSUMTION

En genomsnittlig dag ägnar befolkningen i Sverige (9–79 år) ca 6 timmar till mediekonsumtion. Hela 17 % av den totala medietiden lägger man på Sveriges Radio. Det är mer tid än på något annat medieföretag.

KÄLLA: MEDIEBAROMETERN 2009, NORDICOM.

REKLAMINVESTERINGAR, MILJARDER KR

	2008	2009	2010
DAGSPRESS	8,8	7,0	7,9
TV	4,9	4,4	5,2
INTERNET	4,9	5,0	5,7

Skillnaden i reklaminvesteringar mellan framför allt dagspress och internet har minskat från 2008 till 2010.

KÄLLA IRM, INSTITUTET FÖR REKLAM OCH MEDIA, FEB 2011

3.1 INTERNET FÖRÄNDRADE ALLA MEDIER

”Våra mål är mycket ambitiösa. Avsikten är att vi ska ta en ordentlig bit av den tryckta annonskakan i Norden.”

MARTIN INGEMANSSON, FACEBOOKS NORDENCHEF, DAGENS INDUSTRI, 2011.

Nya generationer som vuxit upp i en digital värld konsumerar medier alltmer i datorer och via mobiler. Och det är framför allt internet som har förändrat mediesamhället och mediekonsumtionen. Människor lägger alltmer tid på nätet och konsumtionen blir än mer individualiserad. De sociala medierna har förändrat medielandskapet på ett avgörande sätt. De växer snabbt och fungerar som digitala mötesplatser. Här sprids också information till och från de traditionella medierna. Användarna länkar till artiklar, radioinslag, tv-klipp mm. Tiden som webbesökarna lägger på traditionella medier på nätet är dock ganska begränsad även om tv-tittandet på nätet, inte minst via SVT Play, ökar kraftigt.

Sociala medier kommer att fortsätta att förändra människors medievanor också i framtiden. Exakt hur är det ingen som vet. Inte sällan överskattas förändringshastigheten. Det hindrar inte att det kan gå fort. Musiktjänsterna på nätet som t ex Spotify visar detta.

”De sajter som lockar mest trafik i Sverige är inte svenska. De nya aktörerna, som Google och Facebook, har enormt stora besökstal på webben. Några ören som intäkt från varje besökare växer snabbt till gigantiska inkomster, som inte redovisas nationellt och därför kan vara svåra att identifiera.”

KÄLLA: FRAMTIDSUTREDNINGEN, SVERIGES RADIO, 2010.

3.2 KONVERGENS, KONKURRENS OCH FRAGMENTERING

Mediekonvergensen, dvs det förhållandet att olika medier till följd av den tekniska utvecklingen närmar sig varandra, förändrar konkurrensens karaktär YouTube kan i vissa målgrupper vara en större konkurrent för Sveriges Radio än de kommersiella radiokanalerna. För alla medier gäller att tillgänglighet och fragmentering skärper konkurrensen om den tid människor ägnar åt medier. Explosionen av nya och nischade radio- och tv-kanaler liksom mängden medieaktörer på nätet innebär en ökad fragmentering av journalistiken. Det är uppenbart att detta får samhälleliga följder.

Kommersiella medier har ännu inte en utvecklad affärsmodell som gör det möjligt för dem att ta betalt för journalistik på webben. Det innebär en försvagning av den kvalificerade journalistiken i kommersiella medier; det gäller inte minst samhällsbevakningen.

TIDNINGSKONKURRENSEN

Orter i Sverige där det fortfarande är morgontidningskonkurrens mellan två olika företag:

KARLSTAD

KARLSKOGA

FALUN/BORLÄNGE

MALMÖ MED OMNEJD

STOCKHOLM

Ca **450** journalister arbetar för Mittmedia Förvaltnings AB som äger 17 av 18 dagstidningar i Gästrikland, Jämtland, Dalarna, Hälsingland och Västernorrland, enligt Jan Cahling, VD MittMedia.

Ca **85** journalister arbetar för Sveriges Radio i samma område.

De kommersiella medieföretagen gör betydande vinster. Deras dagstidningsdivisioner möter däremot stora svårigheter till följd av både minskade annonsintäkter och färre prenumeranter vilket får konsekvenser för det samlade journalistiska utbudet. Samtidigt har konkurrensen inom dagspressen minskat. Tidningarna skär kontinuerligt ner på antalet journalister och får svårare att upprätthålla resurskrävande journalistik. I förlängningen finns risker för likriktning av journalistiken och ökat beroende av byråmaterial.

SVT:s marknadsandel ligger idag på ca 30 procent. SVT har genom att erbjuda både underhållning och kvalificerad kultur- och samhällsjournalistik mycket framgångsrikt hävdat sin ställning på en marknad där det råder synnerligen stark konkurrens. TV 3 har inte längre vare sig nyhetsinslag eller samhällsprogram i sina sändningar. TV 4 har minskat antalet journalister inom nyhetsjournalistiken och bolagets nischkanaler erbjuder väsentligen underhållning och sport.

Med en ökad fragmentering, minskat utbud av samhällsjournalistik och risk för att kvalitetsjournalistiken i första hand kommer att vara tillgänglig för ekonomiskt starka grupper i samhället har Sveriges Radio en allt viktigare roll. Sveriges Radio kan värna kvalitetsjournalistiken för hela publiken.

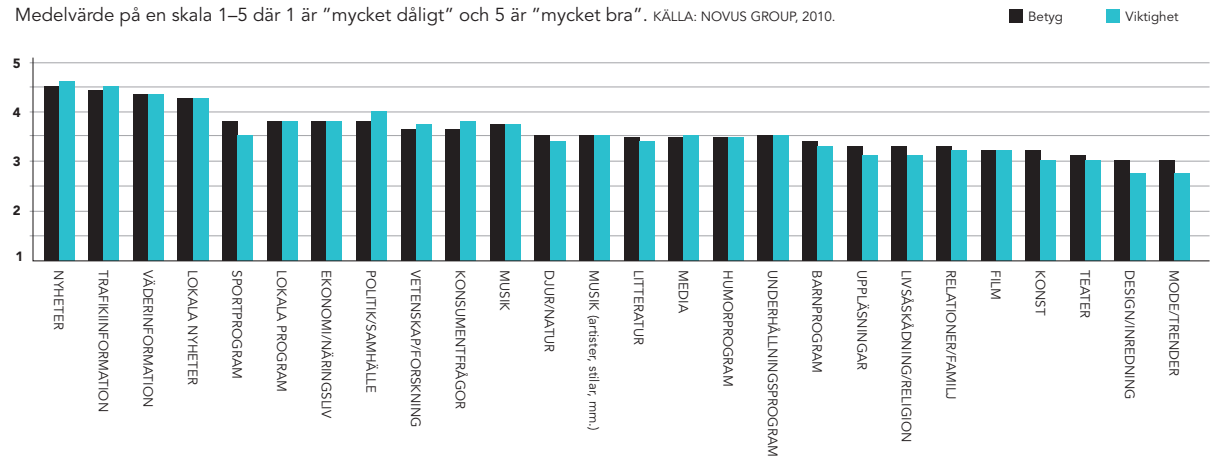
Genom närvaron i hela landet, den stora räckvidden och relevansen för alla grupper blir sannolikt public serviceradion ännu viktigare för samhället under kommande år. Med jämförelsevis begränsade resurser kan public serviceradion upprätthålla en kvalificerad journalistik. Detta har betydelse för radio som sådan. Men det har en vidare samhällsbetydelse genom att Sveriges Radio kan svara för journalistisk utveckling och bidra till att bestämma kravnivån för god journalistik och publicistiska ambitioner i hela mediesamhället.

”En 17-åring använder nätet i snitt nästan dubbelt så mycket som en vuxen. 90-talisterna har också vuxit upp med de sociala webbnätverken och de vänder sig i liten utsträckning till traditionella medier på nätet. Bland 9–14-åringar är det till exempel bara 5 procent som utnyttjar traditionella medier för att få nyheter på nätet, medan 44 procent använder sociala medier.”

KÄLLA: FRAMTIDSUTREDNINGEN, SVERIGES RADIO, 2010.

ALLMÄNHETENS BETYG PÅ SVERIGES RADIOS PROGRAM INOM OLIKA OMRÅDEN OCH HUR VIKTIGA DE ANSER ATT DESSA OMRÅDEN ÄR

Medelvärde på en skala 1–5 där 1 är ”mycket dåligt” och 5 är ”mycket bra”. KÄLLA: NOVUS GROUP, 2010.



4
SVERIGES RADIO – ÄNNU VIKTIGARE I FRAMTIDEN

Sveriges Radio främjar värden såväl för den enskilde som för det svenska samhället som helhet, värden som blir minst lika betydelsefulla i den framtid som väntar.

Drygt 7000 personer gör sina röster hörda via programmet Karlavagnen i P4 varje år. Ca 12 000 personer diskuterar frågorna i Karlavagnens Facebookgrupp.

Sveriges Radios programverksamhet bedrivs självständigt och oberoende i förhållande till staten, intresseorganisationer och andra maktgrupper vilket förklarar det höga förtroendet. Sveriges Radio förblir en pålitlig källa i en omvärld där det inte sällan är otydligt vem eller vilka intressen om står bakom utbudet på internet, till exempel bloggar, nättidningar och sökmotorer.

4.1 **FRÄMJAR DEMOKRATIN**

ÅRETS FÖRNYARE

För tjänsten Valpejl vann Victoria Gaunitz, researcher på Sveriges Radio, Stora Journalistpriset 2010 i kategorin Årets förnyare, tillsammans med Helena Bengtsson och Kristofer Sjöholm, SVT.

För en väl fungerande demokrati är det nödvändigt att det finns starka och oberoende medieföretag som producerar samhällsjournalistik. Sverige har av tradition en rik flora av tidningsföretag som bidrar till publicistisk mångfald och som tillsammans med public servicebolagen skapar bredd i den kritiskt granskande journalistiken. Tidningsföretagen är idag utsatta för en hård ekonomisk press. När ekonomin, men också ägarkoncentrationen, riskerar leda till minskade redaktionella resurser och mindre mångfald på tidningsmarknaden är det viktigt att public service ges garantier för att dess oberoende kvalificerade journalistik kan bestå. Ingen tjänar rimligen på att också Sveriges Radio försvagas.

För att demokratin ska fungera krävs kritiskt granskande journalister som med sin bevakning når ut brett. Det krävs också ett flertal redaktioner inom public service för att mångfalden ska bestå, för att fler tankar, fler perspektiv, fler röster, fler idéer, fler aspekter ska publiceras och berika utbudet.

4.2 **BEVAKAR HELA LANDET**

Sveriges Radio är *hela* Sveriges radio och det medieföretag i landet som är mest decentraliserat med lokala direktsända kanaler på 25 orter och därutöver ett antal lokalredaktioner. De lokala kanalerna sänder lokala nyheter och program dagtid, men producerar också riksprogram till de fyra FM-kanalerna P1, P2, P3 och P4.

57 % av riksproduktionen sker utanför Stockholm.

4.3 **TILLGÄNGLIGT FÖR ALLA**

Sveriges Radio strävar efter att nå alla och utbudet ska enligt gällande sändningstillstånd vara tillgängligt via sändningar i marknätet för 99,8 procent av befolkningen i hela landet. Räckvidden ger public service en särställning. Men lika viktigt är att vända på perspektivet: genom att nå alla kan alla få en röst. När människor ändrar sina medievanor och teknikval ställer det nya krav på Sveriges Radio att nå publiken. Radio lämpar sig särskilt väl för det samhälle som allt mer präglas av förflyttningar. Människor använder mer av sin vardagstid för resor. Pendlingsavstånden ökar. Radion finns i bilen, men också i mobilen, läsplattan och mp3-spelaren. Det är nödvändigt för Sveriges Radio att möta publiken där den finns på *alla* plattformar. Det handlar om geografisk räckvidd men också om att nå alla generationer. Därtill handlar det om att utveckla tekniken, ljudet och hörbarheten så att Sveriges Radio också ska nå alla, så långt möjligt, även dem med funktionsnedsättning.

LJUDKVALITET OCH HÖRBARHET

För ljudet i Sveriges Radios sändningar har följande riktlinjer formulerats:

NÄR TALET ÄR BÄRANDE I SÄNDNINGEN SKA TALET PRIORITERAS I LJUDBILDEN

LJUD ANVÄNDS FÖR ATT FÖRSTÄRKA INFORMATION OCH KÄNSLA – INTE KONKURRERA ELLER STÖRA

VARJE KANAL HAR EN GENOMTÄNKT LJUDPROFIL I UTSÄNDNINGARNA

PRODUKTIONSMETODIKEN SKA GE HÖG LJUDKVALITET

SVERIGES RADIO UNDERLÄTTAR FÖR LYSSNARE MED SPECIELLA BEHOV

8 av 10 instämmer i att Sveriges Radio sänder med god ljudkvalitet.

KÄLLA: ATTITYDUNDERSÖKNING, SVERIGES RADIO, 2010.

4.4 **MINSKAR INFORMATIONSKLYFTORNA**

I en fragmenterad medievärld riskerar den kvalificerade journalistiken att antingen marginaliseras av det stora utbudet eller bli behäftad med en kostnad och därmed bli en tillgång enbart för en begränsad andel av befolkningen. Sveriges Radios uppgift är att bidra till minskade informationsklyftor. Public service är inte till för några få, utan för alla. Sveriges Radio har som uppdrag att initiera samhällsdebatter och skapa engagemang, kunskap och nyfikenhet hos publiken. För att skapa relevans för hela publiken krävs en fortsatt bredd i utbudet och en delaktighet från alla grupper. Genom att välja det man själv gillar hittar publiken allt som oftast också det smala och det man inte visste att man ville ha.

SAMARBETEN MED KULTURINSTITUTIONER 2010

	TIMMAR
RIKSKANALER	930
LOKALA KANALER	878
WEBB	42
TOTALT	1 850

Sveriges Radio samarbetar med kulturinstitutioner som t ex opera– och teaterinstitutioner, symfoniorkestrar, länsmusiken, musikhögskolorna liksom fria kulturgrupper. Till kulturinstitutioner räknas även bibliotek, muséer och kulturföreningar.

4.5 **SKAPAR KULTUR**

Sveriges Radio speglar, granskar och bevakar svensk och internationell kultur, i Sverige och utanför våra gränser. Sveriges Radio är i allra högsta grad också en kulturskapare. Sveriges Radio beställer verk och uruppföranden av olika karaktär inom musik, drama, poesi, noveller, krönikor med mera och Sveriges Radio arrangerar ett stort antal egna publika evenemang. En del av evenemangen är årligen återkommande som Sveriges Radios Romanpris, P3 Guld, Svensktoppen Nästa och Östersjöfestivalen. Andra är av engångskaraktär.
I rollen som kulturskapare är Sveriges Radio en av kulturlivets i särklass största arbets- och uppdragsgivare.

4.6 **INFORMERAR I KRIS**

Sveriges Radio ska snabbt, trovärdigt och tryggt informera när samhället hamnar i kris vid extrema oväder, stora strömavbrott, allvarliga bränder, pandemier eller andra liknande händelser med fara för liv, egendom och miljö. Beredskapsuppdraget blir sannolikt minst lika viktigt i framtiden. Under senare år har ett flertal väderbetingade kriser inträffat där radions roll har varit helt avgörande för grundläggande samhällsfunktioner. Såväl stat och kommun som det civila samhället ska ha en stabil samarbetspartner i Sveriges Radio för att säkra att 99,8 procent av invånarna också i framtiden nås av korrekt och viktig information.

SVERIGES STÖRSTA TEATERSCEN:

Radioteatern har ca 7,5 miljoner lyssnare varje år. Dramaten har ca 250 000 teaterbesökare.

Radioteatern hade 2010 drygt 70 uruppföranden på vuxensidan. Unga Radioteatern hade 25 premiärer.

Särskilda dramasatsningar under 2010:
– Public Politik, en serie där riksdagspartierna stod för varsin pjäs.
– Attentatet, pjäs och dokumentär om det värsta terrordådet i svensk historia.
Fem människor dog, däribland två barn vid attentatet på Norrskensflamman 1940.

Själens rening genom lek och skoj heter en nyskriven bilradio-opera för *Sveriges Radio P2*, skapad av Hans Gefors.

P4 Västmanland gör "improradioteater", direktsänd improvisationsteater där lyssnarna ringer in och påverkar händelseförloppet.

4.7 **FOLKBILDANDE OCH SPRÅKVÅRDANDE**

Sveriges Radio har, i likhet med SVT och UR, kravet att vara folkbildande som utgångspunkt för all produktion. Lyssnaren ska i princip vinna ny kunskap i varje möte med Sveriges Radios program i FM-nätet och innehåll på webben. Språkanvändningen i Sveriges Radios sändningar har under mycket lång tid haft en normerande roll. Uppdraget att vara språkvårdande sker i det vardagliga genom att man värnar ett vårdat talspråk, men också genom att man följer språkets utveckling och förändring i särskilda språkprogram.

Svenska språket är ett litet språk sett i ett internationellt perspektiv. Därför blir den kvalitetsjournalistik och originaljournalistik som Sveriges Radio producerar, både i FM och på nätet, extra viktig. Litterära texter i radio och radiodramatik på svenska språket har en särskild betydelse för svensk språkutveckling.

4.8 **FRÄMJAR SAMMANHÅLLNING**

Sveriges Radio bidrar, tillsammans med de båda andra programbolagen, mer än andra medieföretag till att skapa en gemensam grund för hela det svenska samhället. För Sveriges Radios del är därvidlag kravet på att nå hela befolkningen av särskild betydelse. Inget annat massmedium har vare sig möjlighet eller ambitioner att på samma sätt som Sveriges Radio knyta samman det nära och lokala med det stora och globala perspektivet. Ambitionen är att skildra och granska men också att skapa sammanhang. Sveriges Radio är därutöver en aktör med tillräcklig storlek och kompetens för att bli guiden i det stora och svåröverskådliga utbudet.

VALET

3,1 miljoner svenskar tog del av Sveriges Radios valbevakning 2010. 1,4 miljoner hörde partiledarutfrågningarna.

Var tredje person mellan 18 och 34 år stärktes i sitt beslut att gå och rösta till följd av Sveriges Radios valbevakning.

63 % i åldrarna 18–79 år ansåg att Sveriges Radio tydliggjorde alternativen inför valet 2010.

KÄLLA: SVERIGES RADIOS VALUNDERSÖKNING GENOMFÖRD AV TNS SIFO, 2010.

4.9 BIDRAR TILL INTEGRATION

Sveriges Radio har en integrerande roll på ett mycket konkret plan genom att producera nyheter, kultur och samhällsprogram på andra språk än svenska för en publik i Sverige. Redaktionerna för invandrarspråk, med sändningar på bland annat arabiska, kurdiska, persiska och somaliska, belyser varje dag händelser och förhållanden i Sverige för invandrargrupper som ännu inte behärskar det svenska språket. Många gånger är Sveriges Radio den enda källan som belyser Sverige på deras eget språk. Vilka språk som sändningar sker på omprövas regelbundet med utgångspunkt i hur invandringen till Sverige förändras.

Sveriges Radio sänder också på minoritetsspråken i Sverige: finska, tornedalsfinska, flera samiska dialekter liksom på romani chib och gör även program på jiddish. Det bidrar till att utveckla och bevara minoritetskulturerna, den egna identiteten och det egna språket. De särskilda barnprogrammen på minoritetsspråken belyser utvecklingsmöjligheterna: de kan nås på webben tillsammans med det övriga barnutbudet på svenska och laddas ned som filer för användning var och när som helst. Sveriges Radio har ett väl fungerande samarbete mellan de svenskspråkiga redaktionerna och minoritets- och invandrarredaktionerna för att skapa bredare perspektiv och ett gränsöverskridande innehåll. Det främjar integration såväl i det egna inre arbetet som i det utbud som når publiken.

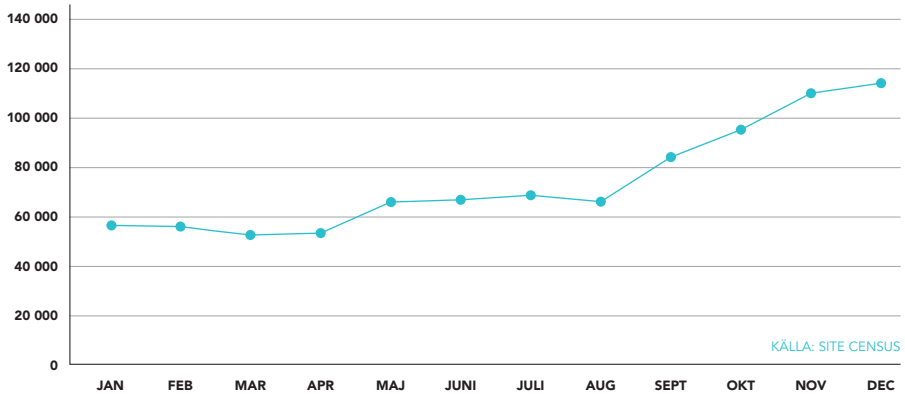
INVANDRAR- OCH MINORITETSSPRÅKS-PROGRAM I SVERIGES RADIO 2011

	TIMMAR
FINSKA	8111
MEÄNKIELI TORNEDALSFINSKA	642
SAMISKA	9651
ROMANI CHIB	260
ARABISKA	260
KURDISKA	260
PERSISKA	156
SOMALISKA	104
ENGELSKA	260

DIN GATA

Mer än 50 % av ungdomarna mellan 15 och 25 år i Malmö med ett utomnordiskt modersmål lyssnade under 2010 på Din Gata varje vecka.
Din Gata är en lokal kanal i Malmö.

UNIKA BESÖKARE, ARABISKA REDAKTIONENS WEBB, 2010



KÄLLA: SITE CENSUS

SAMERADION

När sametingets kansli granskades i sändningarna blev det diskussion på sverigesradio.se. Här är några av de kommentarer som skrevs:
”Har man hög befattning i något samhälle får man tåla att bli synad och granskad. Faktiskt.”
”Låt oss veta mera. Ni är de enda som kan få fram uppgifter. Skicklig journalistik! Och låt oss få tycka till!”

5
FRAMTIDENS INNEHÅLL

Det går inte att tänka sig en demokrati som inte i någon mening bygger på dialog, det som kommer *”genom samtal”*. Det går inte heller att tänka sig en modern journalistik som inte präglas av dialog. En av de stora utmaningarna för Sveriges Radio är att utveckla journalistikens arbetssätt, attityd och innehåll som siktar till att uppnå det som i Sveriges Radio benämns Journalistik 3.0. Medarbetarna ska fästa än större vikt vid dialogen med en publik som i framtiden kommer att bidra till journalistiken på ett helt annat sätt än idag. Dubbeldialogen – dvs dialogen med publiken men också inom publiken – blir allt viktigare. Sveriges Radio ska producera originaljournalistik men också låta journalistiken växa fram i samspel med publiken. Den kunniga Sveriges Radio-journalisten blir aktören som publiken väljer att föra sin dialog med och den trovärdiga källa man vänder sig till för att finna ny kunskap och ny information. Kvaliteten, kunskapen och verklighetsförankringen i innehållet ska skapa det intresse och engagemang som motiverar publiken att delta och bidra i en äkta och meningsfull dialog.

”P1 når varje dag mer än en miljon. Det innebär att P1 är Sveriges största seriösa medium. Sveriges Radio är Sveriges största föreläsningssal, Sveriges största konserthall, Sveriges största teaterscen – det är bara att fylla på.”

OLLE WÄSTBERG, POLITIKER (FP), PUBLICIST MM, I SITT NYHETSBREV 25 JANUARI 2011.

En dialogbaserad journalistik förutsätter respekt för publikens värderingar och prioriteringar. Genom stor bredd i Sveriges Radios innehåll blir det möjligt för alla att hitta något som är relevant och angeläget. Det breda uppdraget ökar möjligheten att nå en publik med olika intressen. Det skapar ny kunskap och vidgade referensramar hos publiken. Med ett smalare uppdrag för public service, vilket ofta krävs av kommersiella konkurrenter, är risken uppenbar att stora publikgrupper försvinner och att betalningsviljan undergrävs. Den breda finansieringen genom en public serviceavgift förutsätter bredd i uppdraget.
Sveriges Radio bör fortsätta med samma bredd som tidigare och utveckla varje programområde i både FM och på webben. Sveriges Radio ska förnya programverksamheten och journalistiken genom att skapa nya mötesplatser, öppna arkiven, utveckla sökbarheten, och möjliggöra delning av innehållet på nätet.

5.1 ORIGINALJOURNALISTIKEN – JOURNALISTIK SOM GÖR SKILLNAD

I ett föränderligt medielandskap ska relevans och kvalitet vara riktmärken för Sveriges Radios journalistik. Den ska bygga på gedigen kunskap och research. Den ska drivas oberoende av såväl nya som gamla maktsfärer.

I en värld där auktoriteterna ständigt förändras behövs en kraft som kan granska det som påverkar alla människor; det gäller politik och ekonomi men också musik, kultur, vetenskap och sport. Sveriges Radios originaljournalistik berättar det som aldrig har berättats tidigare. Den prövar värderingar och etablerade sanningar. Den ger publiken verktyg för deltagande. Under år av rationaliseringar har resurserna för originaljournalistik minskat. Specialreportrar med kvalificerade fackkunskaper har blivit färre. Sveriges Radio vill därför stärka originaljournalistiken.

5.2 **DELAKTIGHET OCH MEDSKAPANDE – JOURNALISTIK 3.0**

"Med Framtidsutredningen och "Journalistik 3.0" tar Sveriges Radio på sig en ledarroll i att beskriva och diskutera mediebranschens framtid. Frågan är vilken roll de andra medie-koncernerna vill ha. Frågan är varför inga andra mediekoncerner gör något liknande."

AXEL ANDÉN I MEDIEVÄRLDEN, HÖSTEN 2010

Historiskt sett har Sveriges Radio alltid erbjudit publiken en möjlighet att föra samtal i sändning. Idag finns det en mängd nya arenor där sådana samtal förs. Där måste Sveriges Radio också finnas, i samtal med publiken, med både de starka och de svaga rösterna, på en arena öppen för alla. Sveriges Radios uppdrag är att nå alla och vara viktig för människor i deras vardag. Sveriges Radios innehåll måste finnas där människor finns. Traditionellt sökte sig lyssnarna till Sveriges Radio. På ett helt annat sätt ligger det i den nya mediesituationen att Sveriges Radio måste söka sig till lyssnarna och användarna på nätet.

Publiken ska kunna *dela* sina radioupplevelser på ett enkelt sätt. och Sveriges Radio ska underlätta detta genom att införa ett lättanvänt system och en ny arbetsmetodik för att dela materialet.

5.3 **UTVECKLAT NYHETSUTBUD**

Sveriges Radio har genomfört en omfattande utredning om nyheter på alla områden och i alla dess former. Resultatet är åtgärder inom 25 olika områden där förnyelse nu sker för att bättre möta publikens behov. Den överordnade ambitionen är att erbjuda publiken ett nyhetsinnehåll och ett sätt att presentera nyheter som engagerar och berör så många som möjligt. Genom ökat samarbete mellan specialredaktioner och allmänredaktioner kommer faktajournalistiken att bli mer berörande och allmänjournalistiken mer grundad på specialfakta. Nyhetsutbudet breddas genom att programverksamheten bidrar till nyhets-utbudet. Publiken kommer också att märka en större dynamik och variation mellan kort och långt, fördjupande och snabbt. För att anpassa nyhetsutbudet till olika lyssnargruppers behov kommer nyhetssändningarna att profileras starkare i de olika kanalerna.

Nyheterna i Sveriges Radio ska kunna handla om allt, från det nära mänskliga till det moderna samhällets ofta mycket komplicerade konflikter och de stora framtidsfrågorna. Nyheterna ska rapportera om de akuta händelserna men också beskriva de svårfångade processerna och de viktiga idéförskjutningarna.

MÅLSÄTTNING FÖR ETT UTVECKLAT NYHETSARBETE:

1. MER KUNSKAP OM PUBLIKEN GER MER ANGELÄGNA NYHETER
2. TYDLIGARE NYHETSVÄRDERING OCH VIKTNING AV INNEHÅLLET
3. MER DYNAMIK MELLAN KORT OCH LÅNGT, FÖRDJUPANDE OCH SNABBT
4. ETT BREDDAT NYHETSBEGREPP
5. MER BERÖRANDE FAKTAJOURNALISTIK

Den yngre publiken lyssnar inte på FM-radio i samma utsträckning som äldre utan tar del av nyheter via datorn och mobilen. Därför ska Sveriges Radios unika nyhetskedja med samlad information om det lokala, det regionala, det nationella och det internationella finnas där. Sveriges Radios nyhetsutbud bör inte bara finnas tillgängligt för dem som väljer att lyssna på FM-sändningarna. Sändningstillståndet kräver att Sveriges Radios innehåll i princip ska nå alla.

Sveriges Radios nyhetsreportrar ska vara på plats ”där det händer, när det händer”. Det gäller de stora nyhetshändelserna men det gäller också där vardagens viktiga samtal förs: på kaféet, i hockeyhallen, på körövningarna, i trafiken. Det gäller i styrelserum men också i förskolan. Med snabb uppdatering, lätt åtkomlig via webb och mobil, kompletteras nyhetsutbudet med fördjupande analyser och kommentarer.

Sveriges Radio ska i ännu större utsträckning framöver vara en motor i det svenska samhället för granskande journalistik.



Kennet Lindquist, mobil reporter P4 Västmanland, redigerar ett inslag på ett café i Arboga.

Mobila reportrar på lokala kanaler kan med hjälp av ny teknik redigera inslag ”ute på fältet” och skicka nyhetsinslagen och reportagen trådlöst till redaktionen. På det viset hinner reportrarna träffa fler människor och bevaka fler händelser i den lokala vardagen.

5.4 **DEN LOKALA NÄRVARON**

Sveriges Radio ska finnas nära publiken. Med lättanvänd teknik och mobil journalistik kan Sveriges Radios lokala kanaler mycket snabbt vara på plats och sända direkt. Innehållet ska i ännu större utsträckning än idag spegla det som sker ”just nu”. Sveriges Radio ska fortsatt vara den lokala mötesplatsen i människors vardag men ska spegla denna med större bredd.

Sveriges Radio ska med en utvecklad och en ännu ”närmare” journalistik skildra, granska och debattera de viktigaste lokala frågorna och vara en del av den lokala och sociala dialogen. Den nya tekniken skapar helt nya möjligheter för denna viktiga uppgift.

Sveriges Radio har en viktig kris- och beredskapsfunktion. Det alltmer komplicerade och teknikberoende samhället rymmer emellertid inte bara risker för att de stora kriserna inträffar. I växande utsträckning blir ”vardagskriserna” en del av vår tillvaro. Tågen går inte på grund av snöhinder. Stora trafikolyckor leder till att viktiga trafikleder stängs av. Vattenförsörjningen bryts plötsligt. Som välkänt, pålitligt och snabbt vardagsmedium har den lokala radion rollen av kunnig förmedlare av information till alla när samhället drabbats av störningar.

När kraftiga snöoväder och stormar lamslår delar av landet eller när tåg, bussar och tunnelbanan har störningar jobbar Sveriges Radios lokala kanaler och trafik- och serviceredaktionen för högtryck. En vanlig vardag sänder Trafikredaktionen rapporter på ungefär 270 fasta klockslag i de 25 lokala kanalerna. En dag med snöoväder eller storm kan det bli hundratals extrasändningar från de lokala kanalerna och Trafikredaktionen.

Med en stark lokal närvaro kan Sveriges Radio i rikskanalerna snabbt och effektivt skildra och granska hur olika delar av landet utifrån sina skilda förutsättningar påverkas av det globala samhällets förändring. Sveriges Radio kan ge alla i Sverige en kvalificerad och närvarobaserad kunskap om händelser, skeenden och livsvillkor i olika delar av landet.

5.5 **UTRIKESBEVAKNINGEN**

Den tekniska utvecklingen leder till att världen krymper. Ny teknik överbryggar avstånd. Men i den enskilda människans eller enskilda företagets perspektiv medför detta paradoxalt nog att deras värld expanderar. Händelser i Sverige blir allt mindre isolerade. Det större internationella skeendet påverkar oss direkt i den svenska vardagstillvaron. De globala frågorna gör sig också i allra högsta grad påminda. Det gäller klimatförändringen, flyktingströmmar, internationella konflikter och statsfinansiella kriser.

Med nätets ständiga flod av oöverblickbar och osorterad information växer behovet av kvalificerad källkritik och sortering, oberoende av kommersiella aktörer och starka nationella intressen. Kraven ökar också på en utrikes nyhetsförmedling som gör rapporteringen begriplig utifrån erfarenheter och referensramar här i Sverige. Sveriges Radio är ett av de få nordiska medieföretag som har kunnat vidmakthålla sitt oberoende av de stora nyhetsbyråerna och kunnat fortsätta att rapportera från och om världen via egna korrespondenter. Denna journalistiska roll har Sveriges Radio i alla tider värnat. Det är en av Sveriges Radios viktigaste uppgifter att rapportera händelseförlopp, förklara sammanhang och stimulera till offentliga samtal om vår omvärld. Nordens största korrespondentorganisation, väl spridd över hela världen, har en unik position. Den är ett adelsmärke för Sveriges Radio.

”Bloemfontein, Temuco, Dingzhou, Baotou... ...är bara några av de exotiska platser som korrespondenterna besökte i arbete för SR under 2010. De 17 korrarna reste sammanlagt ca 1200 dagar, dvs drygt 3,5 år! Det är förstås nytt rekord. Flest resdagar hade Nils Horner med 238. Vi har hört världen, det kan knappast finnas något annat medieföretag i landet som till den grad varit på plats jorden runt under 2010. Ni har slitit hårt, det har säkert varit kul och mycket lärorikt men också både obehagligt och obekvämt många gånger”.

STAFFAN SILLÉN, EKOTS CHEF I ETT MEJL TILL UTRIKESKORRESPONDENTERNA

SVERIGES RADIO HÅLLER VÄRLDSKLASS I KAIRO

”Trendspanarna säger att demonstrationerna i Kairo är ett resultat av sociala medier som Facebook och Twitter. Det är bara halva sanningen. Massmedier, till och med den gamla ångradion, behövs för att samla informationen och sprida den till fler. Sveriges Radio har de senaste veckorna hållit världsklass i sin rapportering på alla nivåer. Vi har serverats nyheter, analyser och stämningar.

Anslagen till Sveriges Radio och SVT ifrågasätts inte sällan från politiskt håll. Även de svenska ambassaderna utomlands betraktas på sina håll som en kvarleva från brevduvornas tid. Det ska sparas. Depescher kan mejlas. Frihetskampen i Egypten visar att det är motsatsen som gäller. Sverige måste ha eget folk på marken ute i världen. Vi behöver rapportörer som vi känner igen och kan lita på. Public Service behövs, också vid en allvarlig kris hemma i Sverige”.

ULF WICKBOM, POLITISK REDAKTÖR, BAROMETERN, 8 FEB 2011

5.6 **KULTUR**

Sveriges Radio ska vara landets viktigaste kulturscen och en kulturförmedlare för alla och i hela landet. Sveriges Radio ska granska, spegla och skapa kultur samt fortsätta att utveckla den delen av bevakningen som sker utanför Stockholm. I utbudet finns både framtidens kulturskapare och de redan erkända, folkkära och etablerade.

Kulturen i Sveriges Radio är en viktig del av Sveriges samlade kulturliv. Men kulturprogrammen finns också mycket nära lyssnaren och är en central del i radions sociala roll som med förändrad åldersstruktur och allt fler ensamhushåll blir allt viktigare.

Kulturen i Sveriges Radio kombinerar en unik bredd med en stor och inom flera områden ledande djupkunskap. Denna kunskap ska sammankoppla flera kulturområden och genrer och framöver finnas på ännu fler platser där publiken finns. Kulturutbudet ska, precis som i allt högre utsträckning kulturpubliken, röra sig fritt mellan ”högt och lågt”.

Sveriges Radio ger dem som bor utanför storstäderna unika möjligheter att följa den kultur som utspelas på våra riksscener. Alla kan genom Sveriges Radio även följa vad som sker på stora erkända scener runt om i världen.

Sveriges Radio bejakar och bidrar till att kulturen blir mer tillgänglig och trösklarna in i kulturen lägre genom att orientera och spegla den utvecklingen, men också genom att granska och reflektera över den. Uppdraget ska vara detsamma och bevakningen lika kvalificerad vare sig det gäller en amerikansk tv-serie, en länsteater eller en urpremiär på Operan.

VINNARE STORA JOURNALISTPRISET 2010

”För lustfylld kulturjournalistik och imponerande bredd.”
Gunnar Bolin, kulturkorrespondent på Sveriges Radio.



Gunnar Bolin

SVERIGE SKRUMPNAR

Kolumnen: Richard Swartz om en paradoxal svensk nedrustning.

Diplomater och korrespondenter har framför allt ett gemensamt: de måste vara på plats. Just denna rent fysiska närvaro är deras existensberättigande. Bara så skapas de personliga kontakter och den lokalkännedom som är förutsättningar för varje djupare förståelse och för att ge uppdraget kontinuitet. En utrycknings- eller längre reportagresa kan aldrig ersätta korrespondenten på plats och ingen influgen utrikesminister den ambassad som finns där därför att den inte kan finnas någon annanstans. Ytterst handlar både diplomati och journalistik om att vid rätt tidpunkt vara på rätt plats och känna de rätta personerna; så blir de stora, insiktsfulla reportagen till eller vårt lands intressen tillvaratagna i en kritisk situation.

// Radions rapportering därifrån demonstrerar just vikten av att (sedan länge) vara på plats. Inget annat medium har kunnat inhämta detta försprång som väl i grunden bottnar i en annan filosofi, insikten att världen inte improviserat låter sig skötas ”hemifrån”.

PUBLICERAD I DAGENS NYHETER 5 FEB 2011.

5.7 **MUSIK**

Publiken ska kunna använda Sveriges Radios musikutbud som en personlig och kunnig guide till nya musikupplevelser och dela med sig av dem till andra. Musikutbudet präglas av stor genrebredd och allsidighet som presenteras på olika sätt i olika kanaler, allt från kören och orkestern i Berwaldhallen till guiden in i den nya unga musikvärlden i P3. Sveriges Radio bedriver en omfattande och kvalificerad musikjournalistik. Uppdraget blir ännu viktigare i framtiden när spridningen av musik har förändrats via olika musiktjänster och villkoren för musikindustrin ser annorlunda ut. Musikutbudet är större än någonsin och då blir guidningen, kompetensen och kunnandet alltmer angeläget.

Sveriges Radio ska erbjuda det som är populärt och efterfrågas av många, men också förvalta musikaliska traditioner, främja musikalisk utveckling och introducera ny musik.

Sveriges Radios kulturförmedlande program om musik fördjupar kunskaperna. Sveriges Radio har ett särskilt ansvar för musik av svenska upphovsmän, på svenska språket och med svenska utövare, och tar också aktivt ansvar för att förmedla musik till barn.

SVENSK MUSIK

Sveriges Radio spelar och värnar särskilt om den svenska musiken inom alla genrer. Ungefär hälften av all musik som spelas i Sveriges Radio är svensk, framförd eller skapad av svenska upphovsmän.

2010 betalade Sveriges Radio 115 miljoner kronor i rättighets-kostnader för musiken som spelades.

Musikhjälpen samlade in 12 miljoner kronor i Malmö, dec 2010.

Svensktoppen Nästa samlade in 1200 tävlingsbidrag av outgiven musik under 2010.

P4 Gävleborg sände 30 timmar maraton med lokal musik, jan 2011.

SVERIGES STÖRSTA KONSERTSCEN

	TIMMAR
KONSTMUSIK	3361
IMPROVISATIONSMUSIK	209
FOLKMUSIK	112
POPULÄR MUSIK	2066
TOTALT	5748

5.8 **BARN OCH UNGDOM**

Barn och unga får nyheter och kultur, upplevelser och skratt i Sveriges Radio. Oberoende och respekt, som det icke-kommersiella utbudet kan erbjuda, ska prägla allt det som Sverige gör för den riktigt unga publiken. Nyhetsverksamhet för barn och unga ska hjälpa de yngre att förstå sammanhangen och uppmuntra till kritiskt tänkande. Med det goda berättandet i centrum har Sveriges Radio möjlighet att vara den främsta aktören när det gäller gestaltad kultur i form av teater och uppläsningar. Sveriges Radio bevakar den unga svenska musikscenen och har för avsikt att fortsätta att utveckla formerna för unga, oetablerade förmågors skapande via Sveriges Radio inom såväl musik och berättande som humor.

REGERINGENS HEDERSPRIS TILL RADIOKÖREN 3/2 2011

Radiokören får priset för utomordentliga insatser för främjande och spridning av svensk musik i utlandet.
Motiveringen lyder:
”Många är de svenska körer som skördat internationella framgångar genom åren, men få har som Radiokören under mer än ett halvt sekel satt den svenska körmusiken på kartan.”

Sveriges Radio sände **139** konserter med svenska symfoniorkestrar under 2010.

Barnprogram på Romani chib ligger för nedladdning på webben, och redovisas inte som sändningstid.

PROGRAM FÖR BARN- OCH UNGDOMAR I SVERIGES RADIO 2010 PER PROGRAMOMRÅDE

	TIMMAR
SVENSKSPRÅKIGA PROGRAM – UPP TILL 12 ÅR	5 431
SVENSKSPRÅKIGA PROGRAM – 13–19 ÅR	30 483
FINSKA	1 057
MEÄNKIELI	17
SAMISKA	1 752
TOTALT	38 740

I en levande dialog med den unga publiken skapas samtal och gemenskap. Samarbete med den unga publiken uppmuntrar till nyfikenhet och lärande. Utbudet ger igenkänning och glädje i en fas av livet där identiteten formas. I en värld av ökad kommersialisering där barn och ungas uppmärksamhet är hårdvaluta finns ett behov av en osponsrad och reklamfri miljö. Behovet ökar också av originalproduktioner till barn på det svenska språket och Sveriges Radio värnar även om originalproduktionen inom minoritetsspråken.

5.9 **ÖPPNA ARKIVEN**

Sveriges Radio har påbörjat arbetet med att digitalisera allt arkiverat radioinnehåll, dvs hundratusentals timmar historiskt intressanta och värdefulla program. Till sommaren 2013 ska arbetat vara slutfört. Ambitionen är att arkivet då ska vara fullt tillgängligt för publikens enskilda bruk. Förhoppningsvis ska arkiven kunna öppnas utan att radiolyssnarna ska behöva betala för upphovsrätten en gång till. Syftet är i första hand att ge publiken en möjlighet att återigen ta del av radioarkivets alla "skatter" – inte att de som betalar radio- och tv-avgift än en gång ska betala för programmen. För att lyssnarna i praktiken ska kunna använda arkivet utvecklas en effektiv funktion för sökning.

"Nu ligger det till så här. Ni har liksom ställt till det för mig. Jag tycker numera att dammsuga är det bästa som finns. Hur konstigt är inte det, och det är ert fel. På grund av era fantastiska poddversioner av P3 Dokumentär längtar jag till nästa gång det ska dammsugas. Att få tanka hem ett nytt avsnitt, slå på ipoden och till sist dra igång dammsugarn. Det är livet det. Tack för alla underbara program. Ni är helt enkelt bäst. Träffsäker ton, med känsla för goda historier och engagerade ämnen. Ni skapar sammanhang, ger historiska återblickar. Super helt enkelt."

MICKE SOM JUST AVSLUTAT PROGRAMMET OM 90-TALSKRISEN OCH HAR ETT EXTREMT RENT HUS.

6
SVERIGES RADIO VILL ÖKA TILLGÄNGLIGHETEN

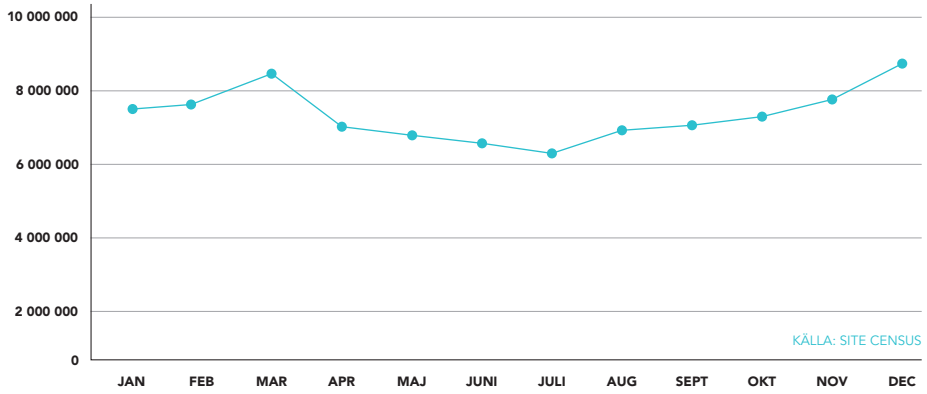
”De av oss, som var med på den tiden, minns säkerligen hur svårt ”radioflugan” härjade. Restauranger och biografer avfolkades betänkligt, och småstadsgatorna låg öde på kvällarna. Svenska folket satt hemma, fjättrat vid kristallmottagaren med hörtelefonen hårt tryckt mot ömma öron. Man avlyssnade allt. Sedan den första nyfikenheten stillats, lärde man sig välja i programmet, men radiointresset stod sig.”

ERNST MAGNUSSON, CHEF FÖR TELEGRAFSSTYRELSENS RADIOBYRÅ (1949).

Radions framtid kommer att vara en kombination av broadcasting och internet. Det handlar inte om antingen eller utan om både och. Den största andelen lyssnare kommer fortsatt att nås via traditionell marksänd radio. Samtidigt kommer internet att öka sin andel av publikens radiotid och fortsätta att bidra till nya möjligheter att lyssna på radio. Internet kommer att vara ett viktigt tillväxtområde för Sveriges Radio.

En rimlig grundprincip för ett public servicebolag är att allt innehåll ska vara tillgängligt för publiken var helst publiken vill ha tillgång till det. Men den principen måste naturligtvis anpassas till upphovsrättens krav och de krav som värnet av Sveriges Radios förtroendekapital ställer.

ANTAL BESÖK PER MÅNAD, SVERIGES RADIOS WEBB, 2010



KÄLLA: SITE CENSUS

6.1 **TRADITIONELL RADIO**

Traditionell marksänd radio kommer att vara det dominerande sättet för radiolyssnarna under den kommande tioårsperioden att ta del av Sveriges Radios innehåll. Kravet i sändningstillståndet är också att 99,8 procent av den bofasta befolkningen ges möjlighet att ta emot analoga FM-sändningar. I Sveriges Radios sändningstillstånd ställs samtidigt krav på att Sveriges Radio årligen ska lämna en beredskapsplan till regeringen i vilken redovisas hur företaget planerat för svåra påfrestningar på samhället. Mot den bakgrunden anges i tillståndet att Sveriges Radio ska ställa långtgående krav på leverantörer av utsändningstjänster och andra tjänster för att upprätthålla en obruten programproduktion.

Även om i princip hela befolkningen nås av radiosändningar sker löpande en analys av lokala kanalers täckningsgrad och hur det nationella utbudet når ut. Frekvenser är en begränsad tillgång och konkurrensen har hårdnat betydligt varför Riksdag och regering måste säkerställa tillgången på frekvenser för att Sveriges Radio ska kunna fullfölja uppdraget i allmänhetens tjänst.

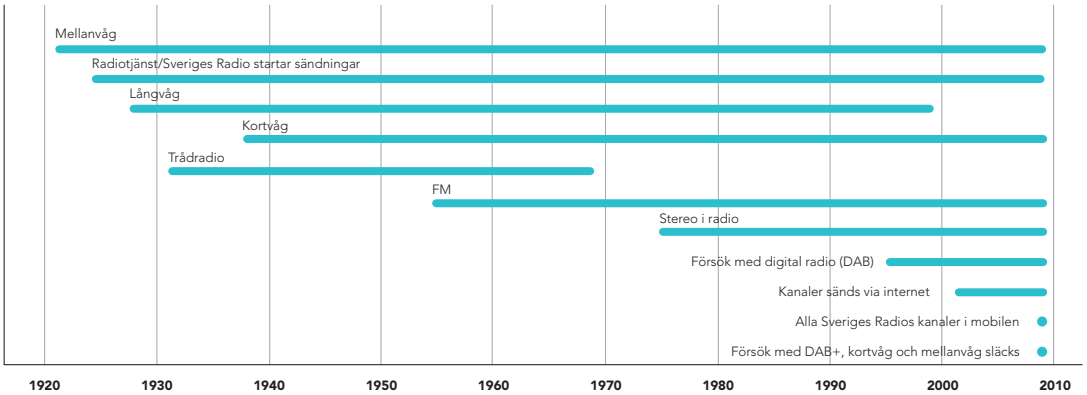
TÄCKNINGSKARTA FM-RADIO



Täckningen av FM omfattar ca 90 % av landets yta och 99,8 % av befolkningen.

KÄLLA: TERACOM

RADIONS UTVECKLING ÖVER TID



6.2 **DIGITALRADIO – UTVECKLAR RADIOMEDIET**

EUROPEISKA LÄNDER SOM SÄNDER VIA DAB ELLER DAB+:

STORBRITANNIEN

NORGE

DANMARK

SCHWEIZ

NEDERLÄNDERNA (DELVIS)

TYSKLAND (DELVIS)

Flera skäl talar för digitalisering av den marksända radion i Sverige. Digital distribution medför att ett och samma frekvensområde rymmer fler radiokanaler samtidigt som den är mer energieffektiv än FM-sändningar. Med viss sannolikhet kommer det så småningom finnas en gemensam europeisk standard för digitalradio. Om FM-nätet skulle komma att avvecklas är radio via internet inte något fullvärdigt alternativ till digital marksänd distribution. Internets elberoende skulle innebära att radio via internet i många fall skulle vara utslagen av den kris som radion då skulle vara med att hantera. Ett beslut om digitalisering av den svenska radions marknät handlar om en viktig del av svensk infrastruktur. Det är ingen fråga som kan överlämnas till marknaden, radiobranschens aktörer och konsumenterna. Ett avgörande beslut om övergång till digitalradio, genom att ett nytt marknät byggs, kan endast fattas utifrån ett övergripande perspektiv av regering och riksdag.

En rad olika förutsättningar måste emellertid skapas för att göra det möjligt såväl för den privata radion som för Sveriges Radio att delta i en digitalisering av radion. Utan en väl sammanvägd nationell digitaliseringsstrategi är risken uppenbar att lyssnarna kommer att drabbas av att resurser som bör användas till innehåll måste läggas på det rent tekniska införandet av digital radio.

I Sverige är radiobranschen och myndigheterna just nu överens om att den relevanta tekniken är DAB+.

De avgörande frågor som fortfarande diskuteras är kostnaden för parallellsändningar och möjligheten att göra en utifrån både publikens och radiobolagens synpunkt lyckosam övergång från analog till digital radio. Radiobranschen som helhet gör den entydiga bedömningen att en lyckosam digitalisering förutsätter att lyssnarna får ett mervärde i form av ett ökat programutbud. Harmonisering av utvecklingen i Europa är viktig. I dag är bilden splittrad. I Norge finns nu ett regeringsförslag om släckning av FM-radion 2017. Storbritannien, Schweiz, och Danmark har kommit ganska långt i utvecklingen och diskuterar på allvar den definitiva övergången från FM till DAB eller DAB+. Situationen är mer oklar och därmed svårbedömd i länder som Tyskland och Frankrike.

För att framgångsrikt kunna genomföra digitaliseringen av radio gör Sveriges Radio bedömningen att följande förutsättningar måste vara uppfyllda:

– Sveriges Riksdag fattar beslut om att digitalisera radions marknät enligt en genomarbetad plan som också innehåller förutsättningar och tidpunkt för övergång från FM till digitalradio.

– För Sveriges Radio finns det en finansieringslösning för de dubbla kostnader som parallellsändningar innebär.

– Lyssnarna erbjuds ett tillkommande digitalt utbud från Sveriges Radio som är så attraktivt att lyssnarna ges incitament att investera i digitala radiomottagare.

– Den svenska digitaliseringen av marknätet harmoniseras med de stora marknaderna i Europa.

I samband med förarbeten för digital marksänd radio i Sverige framhåller regeringen och Myndigheten för Samhällsskydd och Beredskap att ett beslut om nedsläckning av FM-nätet inte är aktuell inom det närmaste decenniet. Anledningen är dess roll i beredskapsplaneringen.

6.3 **BILRADIO – TJÄNSTER OCH FRAMTIDA TEKNIK**

Det dagliga lyssnandet på Sveriges Radio via bilradio har ökat. En tredjedel av radiopubliken nås i bilen. Den traditionella radion kommer att få ökad konkurrens genom innehållstjänster via mobilt bredband även i bilarna. Samtidigt kommer Sveriges Radios utbud för efterhandslyssning att bli tillgängligt. I bilarna får trafikanterna också trafik- och servicetjänster från Sveriges Radio. Övergången från analog till digital radio är komplicerad. Bilindustrin efterlyser tydliga besked om övergången från FM-sändningar till digitala sändningar. Framförhållningen när det gäller utvecklingen av teknik för nya informationstjänster i bilarna måste vara lång. Beslut som fattas nu får betydelse för bilar som kommer att vara i bruk under flera decennier. Biltillverkarna måste ha tidiga och tydliga signaler om vilken väg radiobranschen kommer att välja. Bilindustrin kommer extra noga att följa utvecklingen av digital radio på de stora marknaderna som Tyskland, Frankrike och Storbritannien.

"Bilindustrin behöver lång framförhållning. De beställningar vi nu lägger handlar om de bilar som ska rulla ut ur fabrikerna i april 2014 och som sedan ska användas under många år. Därför är det viktigt för oss att få så klara besked som möjligt om radions distribution i framtiden".

PEDER FAST, VOLVO, ANSVARIG FÖR INFOTAINMENT AND WIRELESS COMMUNICATION, OKTOBER 2010.

Den betydelse radiolyssnandet har i bilen, och de kostnader som uppstår vid en efterhandsmontering av digitala system i fem miljoner fordon, utgör ett av de riktigt starka skälen för en väl sammanhållen och långsiktigt förutsebar digitaliseringsstrategi. Frågan är i praktiken lika stor för bilbranschen som för radiobranschen.

6.4 **SVERIGES RADIO PÅ NÄTET**

Genom internet och utbyggnaden av bredband ökar tillgängligheten för lyssnaren som kan bestämma när han eller hon vill lyssna – direkt eller i efterhand. De enskilda programmen kan nå fler lyssnare och program finns inte bara som en del av en radiotablå utan även fristående. Dagens mediekonsumenter ser numera denna möjlighet som en självklarhet.

SVERIGES RADIO PÅ NÄTET

15 PROCENT BRUKAR BESÖKA SVERIGESRADIO.SE MINST EN GÅNG PER VECKA

3 PROCENT BRUKAR BESÖKA MOBILSAJTEN M.SVERIGESRADIO.SE

8 PROCENT HAR LADDAT NED SVERIGES RADIO:S APP TILL SIN MOBIL

2 PROCENT (DRYGT 150 000 PERSONER) ANVÄNDER APPEN REGELBUNDET

KÄLLA: PLATTFORMSUNDERSÖKNINGEN, NOVUS OPINION, 2010

I november 2010 introducerades en ny barnradiospelare på Sveriges Radios barnwebb för de yngsta barnen. Besöken ökade med 100 000 i månaden jämfört med 2009. Fokus på webben har riktats in på lyssningen. Snittiden på ett webbesök på Radioapans sajt på Sveriges Radios barnsida är ca 23 minuter, januari 2011.

”Svensk public service går från klarhet till klarhet. Med streamade direktsändningar är appen nu komplett.” ”Toppen. Innovativt och underbart. Man njuter när licenspengar (sic) går till sånt här nyskapande. Sätter verkligen en ny standard för alla andra att följa [..]”

KOMMENTARER PÅ ITUNES APP STORE

På internet råder en egen kultur. Lyssnarna förväntar sig att kunna delta, agera, reagera och bidra. De vill kunna dela med sig av sina radioupplevelser på ett enkelt sätt. Samarbeten, såväl med lyssnare som med andra medieaktörer, blir viktiga för Sveriges Radio under den kommande tillståndsperioden.

Möjligheten att ladda ner, rekommendera och dela bidrar i hög grad till spridningen och tillgängligheten. Och, inte minst viktigt, de smarta mobilerna kommer att spela en allt större roll för denna typ av radiokonsumtion.

En mycket viktig internationell diskussion handlar om begreppet nätneutralitet. Internet har hittills haft en i princip öppen struktur. Det finns ett antal aktörer, länder och stora företag, som vill begränsa fri kommunikation på internet.

Med kravet att nå alla, och med tanke på public service mycket stora samhällsnytta, är det nödvändigt med att nätet är fritt och tillgängligt för alla om det ska spela en viktig roll för radio i framtiden.

Det finns tekniska möjligheter att inom några år använda fullt utbyggda ip-baserade nät för tämligen bred distribution av radio via internet. Intresset från operatörernas sida är emellertid mycket svagt. Det stora antalet aktörer komplicerar bilden. Om internetdistribution av radio ska få stort genomslag krävs det antingen en ”must carry”-princip, dvs krav på att teleoperatörerna måste förmedla public serviceinnehåll, eller att operatörerna gemensamt utfäster sig att långsiktigt lämna utrymme för radiodistribution. Oavsett detta är naturligtvis såväl tillgången till och kostnaderna för bredbandsabonnemang en mycket stor komplikation som påverkar om man över huvudtaget ska överväga att förlita sig på internet som en ersättning för eller komplettering till traditionell marksänd radio i FM eller digitalt.

6.5 NY DIGITAL LOGIK STÄLLER KRAV PÅ SVERIGES RADIO

Det är en naturlig del av webbkulturen att material kan rekommenderas och spridas fritt. Den utvecklingen sker inte automatiskt utan kräver en aktiv insats från Sveriges Radio när det gäller teknik, information och marknadsföring. Teknikutvecklingen kräver investeringar.

Det är i dag fritt fram för vem som helst att länka till Sveriges Radio. Det görs i viss omfattning av andra mediesajter, av bloggare och av lyssnare som t ex via länkar tipsar sina vänner på Facebook. När Sveriges Radio har uppmärksammade egna nyheter eller annat unikt innehåll ökar den typen av rekommendationer med bifogade länkar. Det handlar alltså om länkar till innehåll som fysiskt finns lagrade på Sveriges Radios servrar.

Utöver detta erbjuder Sveriges Radio lyssnare och användare möjligheten att fritt ladda ner ett stort antal s k poddradiofiler. Arkivet utökas med ungefär 250 ljudfiler (program och inslag) i veckan. Det handlar uteslutande om program där upphovsrätten är reglerad. Dessa filer laddas ned till användarens hårddisk. Möjligheten att ladda ner program är riktade till enskilda användare och ger dem endast rätt att ladda ned programmet för egen användning, inte att publicera det på webben. Enligt ett särskilt avtal med rättighetsorganisationerna kan dessa ljudfiler innehålla upp till 10 procent musik.

Sveriges Radio ska fortsätta att erbjuda lyssnarna möjligheten att ladda ned poddradiofiler för enskilt bruk och naturligtvis kommer möjligheten att länka till Sveriges Radios webbsidor att finnas kvar.

För att ytterligare öka tillgängligheten vill Sveriges Radio införa en alternativ modell av länkning, s k inbäddning. Ett fönster från Sveriges Radios webbplats öppnas på en annan sajt och användaren är kvar på ursprungssajten men kan ändå ta del av Sveriges Radios innehåll. Möjligheten till inbäddning ska fritt kunna erbjudas andra sajter. Avgörande är att utgivaransvaret fortfarande ligger kvar inom Sveriges Radio.

”Hej alla på P3 Dokumentär,
Jag vill bara skicka ett varmt tack för alla fina dokumentärer. Jag är normalt skeptisk till journalisters sätt att bevaka händelser – typiskt att det alltid skall letas efter en skandal eller någon att hänga ut, man arbetar ytligt och med korta puckar – men era dokumentärer är balanserade och ger en god bild av både händelsen och dess kontext. Public service i sin allra bästa form tycker jag! Grattis, tack och hoppas att ni fortsätter länge. Jag har sällan möjlighet att lyssna live på radio, men har med mig era program som mp3 på bussen till och från jobbet, varje dag. Ny Demokrati och Mordet på Fadime var fantastiska reportage om viktiga händelser som man nästan hunnit glömma.”

HÄLSNINGAR, DAN ENGSTRÖM, LYSSNARE



SVERIGESRADIO.SE ÄR 2010 ÅRS BÄSTA MEDIESAJT ENLIGT INTERNETWORLD:

”Vi och många andra har efterlyst det i åratal: en sajt som verkligen lyfter fram radioinnehållet. Och det är precis vad Sveriges Radio har skapat med nya sverigesradio.se. Här står lyssningen i centrum. // Det här är ett utmärkt steg mot ännu bättre radio och public service i framtiden. Nu hoppas vi att Sveriges Radio fortsätter arbetet med att ta radion hela vägen in i det digitala ekosystemet”.

Sveriges Radio har idag SR Play som en gemensam app för allt innehåll på Sveriges Radios webbsidor. Ambitionen är att tillhandahålla fler appar och på det viset guida publiken till både breda kanaler och särskilda programområden.

”Jag fäster mig inte vid saker, men min radio tycker jag om.”

PETRA MEDE, TIDNINGEN STOCKHOLM CITY, JANUARI 2011

Internetutvecklingen är snabb och i betydande utsträckning oförutsebar. Det kan inte nog understrykas hur viktigt det är att Sveriges Radio möter publiken där publiken finns. Det kräver stor öppenhet och det kräver beredskap att sprida program och tjänster på andra sajter. Det kan inte ske förbehållslöst. Sveriges Radio måste ha klara policies för samverkan och för andras rätt att förmedla Sveriges Radios innehåll. Samtidigt ligger i oförutsägbarheten att policies hela tiden måste kunna omprövas. Det är av synnerligen stor betydelse att rättighetsfrågorna inte blockerar en utveckling som kan vara avgörande för Sveriges Radios framtida ställning i mediesamhället.

6.6 **RADION FINNS I ALLT FLER APPARATER**

De senaste decennierna har radiomottagaren funnits tillgänglig i den traditionella transistorapparaten, i stereoanläggningen och i bilradion. Numera finns radion i alltfler slag av apparater: mobiltelefonen, läsplattan, mp3-spelaren, datorn och även i tv-apparaten. Antalet apparater som kan ta emot radio direktsänd, genom efterhandslyssning eller som ljudfiler, kommer att bli ännu fler.

En viktig och intressant tillväxtpotential ligger sannolikt i de smarta mobiltelefonerna och i den internetbaserade världen över huvudtaget. Radiolyssning via mobilen är särskilt viktig med tanke på den mycket kraftiga tillväxten av olika slags smarta mobiler med bredbandsuppkoppling och av radions potential som mobilt medium. Sveriges Radio ska i ett högt tempo utveckla nya möjligheter att lyssna på radio i mobilerna. Enkelhet ska vara en ledstjärna.

När internet kommer att vara integrerat i de allra flesta stora platta tv-skärmar kommer hushållen att förändra sina konsumtionsmönster när det gäller olika medier. Sveriges Radio bör finnas med på denna integrerade hemmaarena för olika medier genom att utveckla applikationer anpassade för de stora skärmarna. Sveriges Radios innehåll skulle därmed finnas tillgängligt i hela kedjan från mobil, till läsplatta, PC och stor platt skärm.

PROGNOS ÖVER SMARTPHONEINNEHAV I ÅLDERN 15–74 ÅR, SVERIGE

	ANDEL
2010	25 %
2011	DRYGT 30 %
2012	40–50 %

UNIKA ANVÄNDARE JAN 2011:

	ANTAL
IPHONE:	184 724
ANDROID:	30 878
TOTALT:	215 602

KÄLLA: MEDIAVISION

Radiopubliken använder i allt högre utsträckning Sveriges Radios applikationer via smarta mobiler för att lyssna på radio.

7
MEDARBETARNA – KONKURRENS OM MÅNGSIDIG KOMPETENS

Sveriges Radio strävar efter att vara en attraktiv arbetsgivare för redan anställd personal och för framtida medarbetare. Det publicistiska uppdraget, och strävan att nå ut till alla i det svenska samhället, förutsätter mångfald och bredd i såväl social som etnisk bakgrund hos medarbetarna. Kvalificerad journalistik förutsätter kvalificerade medarbetare. Konkurrensen om kreativa medarbetare kommer att bli allt hårdare. En framsynt och modern personalpolitik är en absolut förutsättning för att Sveriges Radio ska kunna hävda sina och i praktiken publikens, intressen på den framtida arbetsmarknaden.

Sveriges Radio har inlett en större satsning på att hitta, utveckla och motivera kvinnliga sportreferenter – en kategori som är underrepresenterad i branschen.

7.1 **UTVECKLAD KOMPETENS**

Under de närmaste åren kommer Sveriges Radio att genomföra en avsevärd kompetensväxling och kompetensöverföring. Det förändrade medielandskapet kräver rekrytering av nya kompetenser och att Sveriges Radio utvecklar nya arbetsroller. Samtidigt sker i betydande utsträckning ett generationsskifte både bland både tekniker och journalister. Detta innebär både kompetensväxling och kompetensöverföring när det gäller bland annat Sveriges Radios specialreportrar.

Sveriges Radio avsätter under några år särskilda resurser för att säkra kompetensen inom ett antal nyckelområden, bland dem nyhetsarbete, journalistiska nyckelområden, ledarskap, interaktivitet och mobil journalistik.

Teknikutvecklingen är en integrerad del av den journalistiska verksamheten. Denna integration förutsätter vidgad kompetens men också tid för utveckling genom experiment och tester av utvecklade arbetssätt och nya presentationsformer.

7.2 STOR UPPDRAGSGIVARE FÖR EXTERNA MEDARBETARE

Sveriges Radio är en stor arbetsgivare även vid sidan av den tillsvidareanställda personalen. Varje år anlitas ungefär 400–500 personer på årsbasis genom korttidsanställningar eller programanställningar. Det är personer som berikar programverksamheten med särskilda erfarenheter och kompetenser.

Sveriges Radio är uppdragsgivare för ett stort antal kulturarbetare för enstaka eller återkommande uppdrag. Extern produktion och externa medverkande svarade under 2010 sammantaget för en produktion motsvarande 360 miljoner kronor. Till detta kom kostnaderna för upphovsrätt. Sammanlagt gick närmare en halv miljard kronor till externa medverkande och upphovsrättshavare. Detta innebär naturligtvis att ett ”smalare” uppdrag eller sviktande resurser för Sveriges Radio skulle riskera att få vittgående effekter för externa bolag och externa medverkande.

Sveriges Radio och de externa bolagen har ett viktigt samarbete som efter några år börjar ta form på ett tydligare sätt. Bolagen spelare en viktig roll för Sveriges Radio; de kan bidra till att både vitalisera och utveckla programverksamheten. Genom aktiv medverkan från Sveriges Radios sida finns idag några produktionsbolag av lite större omfattning. De flesta bolagen som producerar för Sveriges Radio är enmansbolag eller har några få medarbetare. I praktiken är Sveriges Radio ensam beställare av radioproduktioner med publicistiskt inriktning. Någon marknad i egentlig mening finns inte och kommer knappast heller att utvecklas.

DE SJU STÖRSTA PRODUKTIONSBOLAGEN SOM SVERIGES RADIO ANLITAR:

FILT AB

SVENSKA MEDIATJÄNSTER AB – SMT RADIO

MASSA MEDIA AB

A-ONE PRODUKTION AB

MUNCK SVERIGE AB

LOKATT MEDIA HB

TREDJE STATSMAKTEN MEDIA AB

Övriga är enmans- eller fåmansbolag.

EXTERNA BOLAG OCH ENSKILDA FIRMOR

Anlitade för programproduktion av Sveriges Radio 2010

	ANTAL
STOCKHOLM	1200
BERWALDHALLEN	137
ÖVRIGA LANDET	1169
TOTALT	2506

UTOMSTÅENDES MEDVERKAN I SVERIGES RADIO 2010, MNKR

MEDVERKANDE OCH PROGRAMANSTÄLLDA	2010
MEDVERKANDE OCH PROGRAMANSTÄLLDA	156,4
PRODUKTIONSUTLÄGGNINGAR	181,5
SVERIGES RADIOS KOSTNADER FÖR MUSIKRÄTTIGHETER	114,9
TOTALT UTOMSTÅENDES MEDVERKAN	452,8

8
REGLERINGEN

Grunden för public service är oberoende och trovärdighet. Häri ligger förutsättningarna för publikens förtroende. Den utveckling vi ser på den kommersiella mediemarknaden och den ökade fragmenteringen gör att det samhälleliga behovet av public service sannolikt fortsätter att öka och blir ännu större än tidigare.

Det är fundamentalt för den redaktionella självständigheten att verksamheten bedrivs självständigt i förhållande till såväl staten som olika ekonomiska, politiska och andra intressen och maktsfärer i samhället. Detta uttrycks också i det grundläggande kravet på opartiskhet och saklighet i public serviceverksamhet.

De som äger makt över samhällsutvecklingen och levnadsförhållandena i Sverige ska granskas och deras verksamhet ska göras synlig. Grundläggande är att Sveriges Radio finns i och bevakar hela landet. Samhället ska speglas utifrån olika geografiska, sociala och andra utgångspunkter.

För att motsvara inte minst publikens förväntningar krävs ett tydligt uppdrag och en reglering som ger nödvändiga förutsättningar att genomföra uppdraget. Samtidigt som det finns ett stort publikt stöd, finns en risk att detta möts av en politisk regleringsiver, i akt och mening att värna public service, men som kan få rakt motsatt effekt: Att stänga in public service bakom detaljregler och med krav på förhandsgranskning av nya tjänster kan undergräva public service ställning och möjligheterna att leva upp till uppdraget – en radio i allmänhetens tjänst.

"An independent British broadcaster able to educate, inform and entertain the whole nation, free from political interference and commercial pressure"

JOHN REITH, 1889–1971, GRUNDARE AV BBC, YTTRADE DESSA ORD 1922, SOM EN FÖRKLARING AV IDÉN OM PUBLIC SERVICE.

8.1 **NUVARANDE REGLERING**

Ytterst sätts ramarna för Sveriges Radios verksamhet genom yttrandefrihetsgrundlagen (YGL) och radio och tv-lagen. I slutet av varje tillståndsperiod tillsätter regeringen en utredning som prövar public servicebolagens verksamhet och inriktning. Med utredningen som grund lägger regeringen förslag till riksdagen. Utifrån riksdagsbeslutet utformar regeringen både sändningstillstånd för tillståndsperioden och årliga anslagsvillkor, som brukar vara oförändrade under tillståndsperioden.

Systemet fungerar väl under förutsättning att balansen mellan de politiska institutionerna, myndigheter och programbolagen inte rubbas. Balansen skapas i dag av en väl etablerad ”ansvarsfördelning” mellan offentliga organ och de tre programbolagen:

”Inte heller är det tillåtet för myndigheter och andra allmänna organ att utan stöd i denna grundlag, på grund av det kända eller väntade innehållet i ett radioprogram eller en teknisk upptagning, förbjuda eller hindra dess offentliggörande eller spridning bland allmänheten”.

YGL 1991:1469 3:E PARAGRAFEN

- De avgörande styrande besluten om public service är de allmänt formulerade beslut som riksdagen fattar inför en ny tillståndsperiod. Med dessa som grund utfärdar regeringen sändningstillstånd och anslagsvillkor.
- Programbolagen har tolkningsföreträde beträffande hur uppdraget ska genomföras.
- Förvaltningsstiftelsen, som är de tre bolagens ägare, utser bolagens styrelser och ska säkra att det finns ”armlängds avstånd” till riksdag och regering.
- Granskningsnämndens svarar för tillsynen.
- Bolagens revisorer granskar för Förvaltningsstiftelsens räkning, den ekonomiska förvaltningen och att de organisatoriska villkoren i bolagsordningen följs.
- Riksrevisionen kompletterar denna granskning genom möjlighet till löpande revision och möjlighet att genomföra effektivitetsrevision.

Få verksamheter är så genomlysta som public service, vilket är viktigt och välkomnas av Sveriges Radio. Den viktigaste granskningen sker varje dag av miljoner lyssnare. Det står var och en fritt att anmäla inslag till Granskningsnämnden, som dessutom har i uppdrag att granska public service i dess helhet Andra aktörer har också möjlighet att lämna synpunkter på public service uppdrag och villkor via det remissförfarande som ingår i beredningsprocessen inför ett nytt sändningstillstånd.

8.2 **REFORMBEHOV**

Det är viktigt att ambitionen att begränsa detaljregleringen vidmakthålls. Det är viktigare att fokusera på vad som ska åstadkommas än hur det ska ske. Kvoter och pekpinnar i statsmakternas beslut riskerar regelmässigt att leda till suboptimering. Ett exempel är den kvot som föreskriver att minst 55 procent av allmänproduktionen i rikssändningarna ska produceras utanför Stockholm. För Sveriges Radios verksamhet, och för lyssnarna, är det alldeles avgörande att verksamheten finns i hela landet och att de lokala kanalerna har resurser och förutsättningar att driva en verksamhet som verkligen har det lokala perspektivet. Med detta har inte 55-procentsreglen något att göra. Likväl har den allmänna diskussionen om förhållandet mellan centrum och periferi i public service handlat om detta krav i stället för det för Sveriges Radio avsevärt mycket viktigare kravet på att ”spegla hela landet”. Det finns ytterligare sådana exempel på irrationalitet i regleringen.

FYRA OMVÄLVANDE FÖRÄNDRINGAR AV INFORMATIONSLANDSKAPET

Enligt Robert Darnton, professor i historia och chef för biblioteket vid Harvard:

1. Den första inträffade omkring år 4000 f. Kr när människan lärde sig skriva med hjälp av symbolspråk.

2. Den andra inträffade något århundrade efter Kristi födelse när skrivrullarna gjorda av papyrus eller pergament började ersättas av ”codex”, dvs sidombrutna ”böcker”.

3. Den tredje omvälvande förändringen var utvecklingen av boktryckarkonsten i mitten av 1400-talet.

4. ”Den fjärde stora förändringen, elektronisk kommunikation, inträffade i går, eller förrgår, beroende på hur man mäter”. Darnton beskriver utvecklingen av internet med introduktionen av World Wide Web 1991 och Google 1998.

KÄLLA: ROBERT DARNTON, THE CASE FOR BOOKS (2009)

Den nuvarande regleringen är formlös. Den sker bara i begränsad utsträckning i etablerade konstitutionella former. De avgörande riksdagsbesluten tas i form av allmänna uttalanden; de har inte lagform. Oklarhet råder bevisligen om hur långt riksdagsbesluten begränsar regeringen när den beslutar om sändningstillstånd och anslagsvillkor.

Det finns lagfästa regler om finansieringsformen. Men det finns inte någon lagfäst reglering av programbolagens faktiska finansiering, En sådan vore motiverad eftersom den årliga uppräkningen av tilldelningen ur rundradiokontot och hur denna förhåller sig till kostnadsutvecklingen, är helt avgörande för programbolagens förutsättningar att driva en oberoende verksamhet.

Det finns starka skäl att på allvar pröva behovet av en särskild public servicelag. Det är otillfredsställande att viktiga frågor med bäring på yttrandefriheten nu beslutas utan särskilt formkrav. Önskan att vidmakthålla transparens och tydlighet inom ett område där en bred politisk samsyn hittills har eftersträvats talar i sig för en public servicelag.

8.3 **FÖRHANDSPRÖVNING**

Riksdagen har, med utgångspunkt från ett meddelande från EU-kommissionen, beslutat att programbolagen ska anmäla nya permanenta programtjänster och andra tjänster av större betydelse till regeringen för förhandsprövning. Utifrån en detaljerad ansökan ska Myndigheten för radio och tv bedöma om tjänsten kan anses vara en del av uppdraget och vilken marknadspåverkan tjänsten har. Regeringen ska sedan fatta det formella beslutet. Regeringsbeslutet går utöver riksdagsbeslutet där det endast talades om en prövning av det värde en programtjänst tillför, inte om marknadspåverkan.

Frågan om sekretess är av naturliga skäl central för företag vars verksamhet är helt beroende av att mobilisera kreativitet. Enligt anslagsvillkoren ska anmälan från programföretagen innehålla en ”utförlig beskrivning” av den tjänst som ska prövas och därtill ”uppgifter om planerad lansering och expansion”. Myndigheten har tre månader på sig för sin process. Inget sägs sedan om den tidsram inom vilken regeringen ska fatta beslut. I praktiken innebär detta att andra radio- och tv-företag får fri tillgång till programföretagens utvecklingsidéer och kan genomföra dessa innan programföretagen själva har haft möjlighet att göra detta.

Beslutet om förhandsprövning innebär att det nu införs en ny reglering av public servicebolagens verksamhet som helt saknar stöd i lag. Det är oklart hur prövningen ska genomföras och hur sammanvägningen av de olika intressena ska ske. Om det alls ska finnas någon form av förhandsprövning borde det vara en självklarhet att den hade uttryckligt stöd i lag.

Detta belyser ytterligare behovet av en särskild public servicelag.

Det finns inga krav att Sverige måste införa förhandsgranskning (s k ex ante test) av nya tjänster. EU kommissionen har utfärdat ett s k meddelande (communication) som är rådgivande inte bindande:

”It therefore appears that any statements in the Communication obliging Member States to implement ex ante test procedures are to be treated as advisory only and as merely indicating the Commission’s views as to what procedural safeguards are appropriate for new and existing aid schemes for broadcasters. They cannot be directly enforced by the Commission against Member States.”

KÄLLA: EBU LEGAL DEPARTMENT

8.4 **FINANSIELLA FÖRUTSÄTTNINGAR**

”Stora public servicebolag som BBC, NRK, YLE, DR och många fler finansieras av radio- och tv-avgifter på ett liknande sätt som i Sverige. Det säkerställer en oberoende finansiering av radio och tv i allmänhetens tjänst. Och det är viktigt för demokratin.”

KÄLLA: RIKAB

Hur public serviceverksamheten finansieras är av avgörande betydelse för såväl public servicebolagens publicistiska oberoende som förmågan att fatta långsiktiga beslut. Dagens finansieringsform, en radio och tv-avgift som kopplas till hushållens innehav av en tv-mottagare, står sig i praktiken väl även om de tekniska förutsättningarna för regleringen har förändrats. Betalningsviljan är hög. Nio av tio hushåll betalar. Alternativet till dagens avgiftssystem är att det ersätts av någon form av särskild public serviceavgift som betalas av hushållen eller individuellt och som säkerställer verksamheten i programbolagen. En allmän avgift kan inte fullt ut uppfylla kraven på ett väl fungerade finansieringssystem. Den koppling mellan betalning och utnyttjande av den tjänst betalningen avser, som i dag är uppenbar i och med avgiften grundas på tv-innehav, försvagas.

Helt avgörande för verksamheten är den årliga uppräkning av de medel som tilldelas programbolagen. Sedan 2002 har den årliga uppräkningen varit två procent med undantag för 2010, då uppräkningen var tre procent. I praktiken har den långa perioden med en uppräkning som inte är i nivå med de faktiska kostnadsökningarna inneburit tämligen långtgående besparingskrav.

I offentlig verksamhet är det unikt med de långa villkorsperioder som gäller för public service. Ska det faktiska oberoendet kunna värnas är det närmast oundvikligt med en ekonomisk reglering som tar hänsyn till den faktiska kostnadsutvecklingen. Sveriges Radio förordar att en form av ”kopplad” uppräkning utreds inför nästa sändningstillståndsperiod. Under den innevarande tillståndsperioden bör i princip tilldelningen till public service årligen räknas upp med en procentsats som är kopplad till kostnadsutvecklingen i programbolagens verksamhet. Detta motiveras inte av obalans i ekonomin på kort sikt utan av att ett antaget långsiktigt neddragningsbehov leder verksamheten in i en neddragningslogik.

Det vore rimligt att inte bara finansieringsformen utan också den ekonomiska regleringen av public service lagreglerades. Reglerna skulle kunna ingå i en public servicelag.

RADIO- OCH TV-AVGIFTEN 2007–2013

ÅR	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
	UTFALL	UTFALL	UTFALL	UTFALL	PROGNOS	PROGNOS	PROGNOS
AVGIFTENS STORLEK	1 996 KR	2 032 KR	2 076 KR	2 076 KR	2 076 KR	2 118 KR	2 162 KR
AVGIFTSHÖJNING, KRONOR	28 KR	36 KR	44 KR	0 KR	0 KR	42 KR	44 KR
AVGIFTSHÖJNING, %	1,42 %	1,80 %	2,17 %	0,00 %	0,00 %	2,02 %	2,08 %

9
EKONOMIN PÅ MEDELLÅNG SIKT

År 2002 förändrades de ekonomiska förutsättningarna för verksamheten i Sveriges Radio, SVT och UR på ett avgörande sätt. Tidigare hade intäkterna räknats upp med ett särskilt index grundat på den faktiska kostnadsutvecklingen i programbolagen, det sk SR-index. Men 2002 ersattes denna automatiska reglering med en uppräkning med en procentsats för varje enskilt år som i princip bestäms i politisk ordning. Uppräkningen bestämdes till 2 procent per år under perioden 2002–2009. För 2010 bestämdes uppräkningen till 3 procent. För perioden 2011–2013 gäller återigen en uppräkning med 2 procent per år.

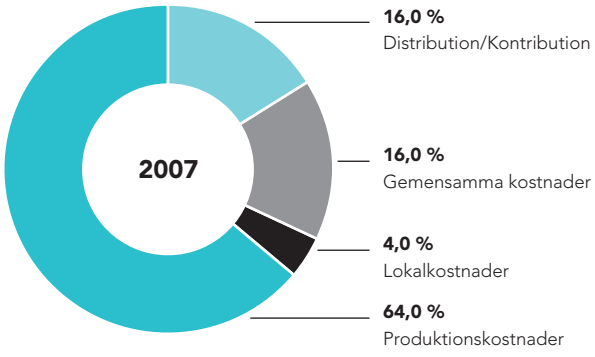
9.1 **EKONOMIN 2002–2009**

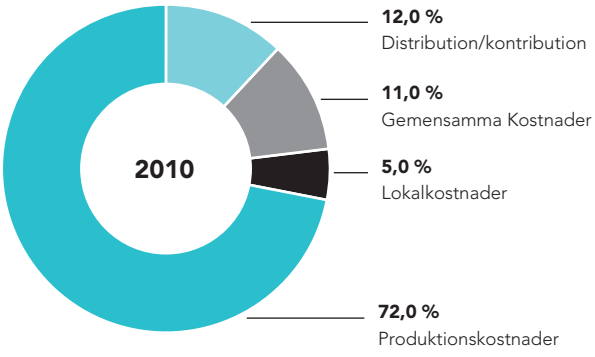
SR-index, som fortfarande räknas fram av Statistiska centralbyrån, uttrycker den faktiska kostnadsökningen för programbolagen. År 2009 hade omläggningen av finansieringen för Sveriges Radios del lett till att intäkterna låg på en nivå som var 204 miljoner kronor lägre än om den tidigare automatiska uppräkningen hade gällt för perioden 2002–2009.

Sveriges Radios kostnader består i väsentlig utsträckning av löner för anställda och medverkande. De relativt sett minskade intäkterna har mötts genom neddragning av personal. År 2002 sysselsatte Sveriges Radio totalt 2 008 personer (tillsvidareanställda och korttidsanställda). År 2009 låg motsvarande siffra på 1805, en personalneddragning motsvarande något mer än 200 helårstjänster.

ÅR	ANTAL
2002	2008 ANSTÄLLDA
2009	1805 ANSTÄLLDA

KOSTNADSUTVECKLING OLIKA KOSTNADSSLAG, EFTER RATIONALISERINGAR







Huvudorterna på de 25 lokala kanalerna och Sameradion. Sveriges Radio har bemanning på ytterligare 16 platser.

Det har inom Sveriges Radio funnits en mycket klar strategi för att hantera de besparingar som uteblivna intäkter gjort nödvändiga:

– Så långt möjligt ska resurserna för program- och innehållsproduktion skyddas.

– Genom modern produktionsteknik ska behovet av direkt tekniskt stöd till produktionen minimeras.

– Genom att införa enhetliga tekniska system och rutiner ska stödsystemen bli så resurseffektiva som möjligt och kringkostnader därmed kunna hållas nere.

– Sveriges Radio med sin starkt decentraliserade verksamhet driver produktion på ett 40-tal platser över hela landet. Stödverksamheten, teknik och administration, ska rationaliseras och sammanföras till ett begränsat antal platser i landet.

– Genom samverkan med Sveriges Television och Utbildningsradion ska stordrifts- och samarbetsfördelar i stödfunktioner tas tillvara.

– Genom att lägga ut en del av programproduktionen på externa bolag ska flexibiliteten ökas.

Lokalkostnaderna minskade fram till 2009 med 12,5 miljoner kronor. Antalet sysselsatta tekniker, administratörer och arbetsledare minskade med mellan 10 och 20 procent samtidigt som den tillsvidareanställda redaktionella personalen minskade med ett hundratal personer.

Totalt minskade omkostnader med 40 miljoner kronor. Tillsammans med SVT och UR har programbolagen gjort besparingar genom samordning och samarbete. Hittills har Sveriges Radio sparat ca 35 miljoner kronor genom samarbetet. Det handlar om allt från fastighetskostnader till teknik och gemensamma inköp.

9.2 **ETT DUBBELT PRODUKTIVITETSAVDRAG**

På anslagen till statliga myndigheter görs ett s k produktivitetsavdrag; anslagen minskas med en procentsats motsvarande en förväntad produktivitetsökning. Genom detta frigörs resurser som regering och riksdag kan använda endera för att utveckla ny offentlig verksamhet eller för att sänka skatter. Att inte frigjorda medel behålls av myndigheterna själva motiveras naturligtvis av att det är regering och riksdag, inte enskilda myndigheter, som har utvecklingsansvaret för den offentliga verksamheten. Härvidlag skiljer sig public service från myndigheter och annan offentlig verksamhet. De tre programbolagen har själva, som regeringen uttryckligen anger ”huvudansvaret för att utveckla sin verksamhet”.
Konsekvensen bjuder då att det inte sker något produktivitetsavdrag på de pengar som går från rundradiokontot i Riksgälden till public service.

Sveriges Radio har drivit en aktiv verksamhetsutveckling. Ett av de främsta exemplen är de digitala medierna. De kvalificerade digitala tjänsterna och den digitala utvecklingen sysselsätter i dag 40 medarbetare. Härtill kommer den digitala produktion som är integrerad i det löpande redaktionella arbetet samt den mer renodlade tekniska utvecklingen. Sveriges Radio är också inne i en omfattande och resurskrävande utveckling av mobil journalistik. Ny mobil utrustning gör det möjligt att producera program och inslag oberoende av geografiska avstånd och geografisk belägenhet. Slagordsmässigt uttryckt blir det möjligt för Sveriges Radio att inte bara göra radio *för samhället* utan också *i samhället*.

Den unika ställningen för public service att själv fullt ut svara för den egna verksamhetsutvecklingen följer av strävan att säkra public service publicistiska oberoende. I praktiken drabbas radio och tv i allmänhetens tjänst av ett dubbelt produktivitetsavdrag. Anslagsuppräkningen understiger kostnadsökningarna vilket kräver fortlöpande rationaliseringar. Därutöver ska resurser genereras för verksamhetsutveckling, vilket kräver ytterligare rationaliseringar.

Till detta ska sedan läggas det som generellt gäller tjänsteproduktion, nämligen att den inte har samma potential för produktivitetsökning som traditionell varuproduktion. Den amerikanske ekonomen William Baumol har utvecklat teorin om det som vanligen benämns "Baumol's cost disease" eller "Baumols sjuka". Lönekostnadsutvecklingen i ett samhälle bestäms av produktivitetsutvecklingen i den exportinriktade varuproduktionen. Tjänsteproduktionen träffas av dessa ökade lönekostnader men har inte samma rationaliseringspotential som industrin. Kan inte dessa ökade kostnader för tjänster kompenseras genom höjda priser, eller i Sveriges Radios fall genom ökade intäkter från licensmedlen, måste verksamheten krympas.

9.3 **BESPARINGAR I PROGRAMVERKSAMHETEN**

Trots ambitionen att "skydda" programverksamheten från besparingar har detta inte kunnat göras fullt ut. De samlade besparingskraven har fått effekter för programproduktionen.

Det är viktigt att förstå den kostnadsstruktur som finns i ett publicistiskt företag, inte minst med en stark nyhetsinriktning. All nyhetsverksamhet kräver en grundläggande redaktionell "infrastruktur", dvs en tämligen omfattande basorganisation med deskbemanning, arbetsledare och nyhetspresentatör. Detta är i sig resurskrävande. En kontinuerlig nyhetsverksamhet är därtill särskilt personalkrävande. Det krävs sju till åtta tjänster för att bemanna en enda funktion i en redaktionell organisation 24 timmar om dygnet, 365 dagar om året, t ex funktionen som nyhetspresentatör i Ekots sändningar i P 4.

"Begreppet kostnadssjuka lanserades 1966 i boken Performing Arts: The Economic Dilemma av William Baumol och William Bowen. Författarna konstaterar där att kostnaderna för att producera en teaterföreställning hade ökat väsentligt mycket mer än produktionskostnaderna i de flesta andra branscher. Detta var inte någon tillfällighet utan hade att göra med de speciella förutsättningarna för teaterproduktion, med hög andel lönekostnader och begränsade möjligheter att effektivisera. Exempelvis hade kostnaden för New Yorks filharmoniska orkester ökat 2 ½ gånger mer än inflationen sedan 1920-talet".

STEFAN ACKERBY SKRIVER I RAPPORTEN BAUMOL'S SJUKDOM, SVERIGES RADIO OCH FRAMTIDEN, 2010, ATT SAMMA FÖRHÅLLANDE TYCKS GÄLLA FÖR SVERIGES RADIO SOM FÖR ORKESTERN I CITATET.

Sveriges Radio har en nyhetsbemanning för nationell bevakning och därtill nyhetsbemanning för lokal nyhetsbevakning på 25 lokala kanaler och ett antal lokalredaktioner. Till detta kommer speciella resurser för ”genrenyheter”, exempelvis vetenskap och kultur. Av princip använder Sveriges Radio, för att värna trovärdigheten, endast anställd personal i nyhetsverksamheten. Det innebär att mer än en fjärdedel av Sveriges Radios fast anställda personal arbetar med nyheter.

Med den tyngd nyheterna har i Sveriges Radios verksamhet går det inte att reducera kostnader utan att detta påverkar kärnverksamheten. En effekt av hittills genomförda besparingar är att antalet specialreportrar inom Ekoredaktionen har minskat påtagligt under senare år. Antalet vetenskapsreportrar har halverats under en tioårsperiod trots ett utökat uppdrag. Sveriges Radio har inte heller kunnat prioritera en heltäckande nyhetsverksamhet på lokal nivå. Efter klockan 18.00 på vardagar och i helgerna saknas reguljära lokala nyhetsresurser. De lokala kanalernas webbnyheter uppdateras på kvällar via en bemanning i Stockholm och på helgerna finns endast resurser för nyhetsutsändningar fram till mitt på dagen.

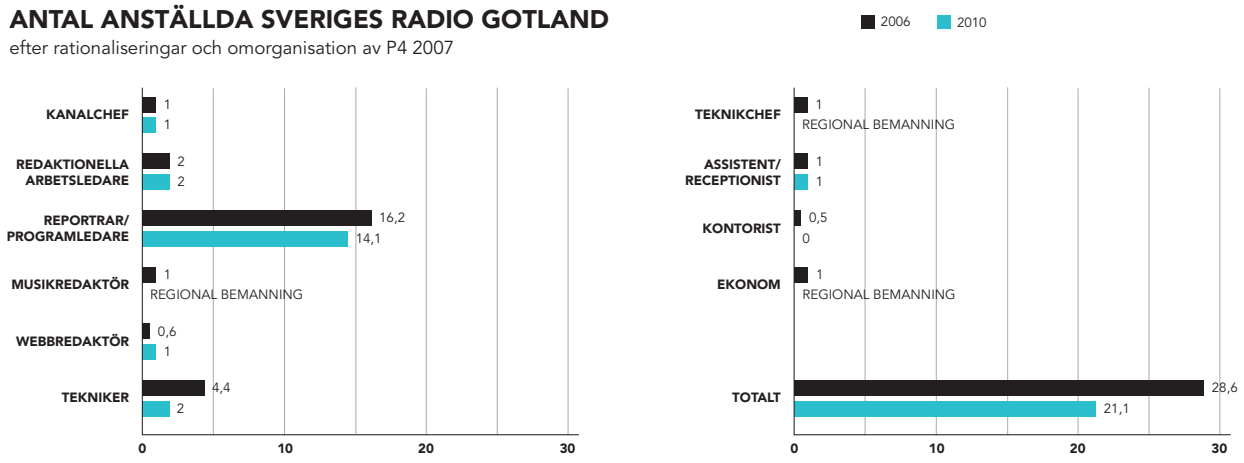
Särskilt uppenbara är svårigheterna att sänka kostnaderna i symfoniorkesterns och radiokörens verksamhet. Med en årlig besparing på 1,5 procent skulle 20 av 100 symfoniker och sex av 30 körsångare vara borta efter nio år. I princip är dock likheterna mellan en orkester och en nyhetsredaktion större än skillnaderna. En orkester förlorar instrument efter instrument. Nyhetsredaktionen förlorar specialreporter efter specialreporter.

”Det är billigare att hålla sig med medarbetare som under dagtid berättar om vad de själva tycker än reportrar som dygnet runt tar reda på vad som händer när det händer. Specialreportertjänster avvecklas med en minskad egen granskning som följd. Egna korrespondenter ersätts med material hämtade från de stora internationella, framförallt anglosaxiska, nyhetsbyråerna”.

JOURNALISTIK 3.0
– MEDIEORMEN ÖMSAR SKINN.

ANTAL ANSTÄLLDA SVERIGES RADIO GOTLAND

efter rationaliseringar och omorganisation av P4 2007



9.4 **2010 – UNDANTAGSÅRET SOM VISAR VÄGEN**

Stora besparingar har skett i Sveriges Radio 2002–2009. Under 2010 har balansen mellan kostnader och intäkter i Sveriges Radios verksamhet sett annorlunda ut. Intäkterna har räknats upp med 3 procent. Samtidigt har kostnadsutvecklingen varit lägre än på många år. Detta har gjort det möjligt för Sveriges Radio att göra temporära satsningar på programverksamheten. Under två år har 110 miljoner kronor kunnat avdelas för särskilda satsningar. Korrespondentnätet har byggts ut. En betydande kultursatsning har kunnat genomföras. Nyhetsredaktionerna undantas från ytterligare nedskärningar och de lokala kanalerna har tillförts resurser som gjort det möjligt att rekrytera medarbetare med annan etnisk bakgrund, för att bättre bevaka områden där Sveriges Radio traditionellt inte har nått ut. På samma sätt som marginella besparingar kan ge mycket stora negativa effekter kan marginella tillskott bevisligen ge mycket stora positiva effekter.

Men de särskilda satsningarna är tillfälliga. Med en uppräkning av anslagen med 2 procent efter 2010 måste verksamheten 2012 återgå till den tidigare nivån. Med detta är inte sagt att det just är vad som har kommit till genom de publicistiska satsningarna som ska tas bort.

9.5 **2011–2019 MINUS 395 MILJONER**

Om uppräkningen av intäkterna skulle begränsas till 2 procent per år fram till 2019 – dvs under resten av innevarande tillståndsperiod och en därpå följande sexårig tillståndsperiod – och kostnaderna skulle öka med 3,5 procent per år uppstår ånyo ett gap mellan intäkter och kostnader i Sveriges Radios ekonomi. År 2019 uppgår detta gap till 395 miljoner kronor* vilket motsvarar mer än en sjättedel av Sveriges Radios totala omsättning. Annorlunda uttryckt: fram till 2019 måste kostnaderna i Sveriges Radios verksamhet sänkas med 395 miljoner kronor.

Den rörliga kostnad som finns i Sveriges Radio är i praktiken kostnaden för personal. En kostnadsminskning på 395 miljoner motsvarar cirka 600 medarbetare. Lokalkostnader, utsändning, tekniska licenser, upphovsrättsersättningar mm kan inte påverkas mer än marginellt om inte mycket stora strukturförändringar sker

2010 BESLUTADES OM PUBLICISTISKA SATSNINGAR INOM:

DET SVENSKA SAMHÄLLET

VÄRLDEN UTANFÖR SVERIGE

KULTUR

LOKAL NÄRVARO

RADIONS FRAMTIDA TILLGÄNGLIGHET

EXEMPEL PÅ NÅGRA SATSNINGAR:

- Korrespondenter för internationell kultur, ekonomi och ett ungt perspektiv
- Nya kulturreportrar i Umeå, Göteborg, Stockholm och Malmö
- Kulturnytt har förstärkts
- Nya kulturprogram i P1 och i P4
- Kulturguide på webben
- Sagor på minoritetsspråk, Magiska skrinet
- Romanpris-galan
- Ökad tillgänglighet på webben
- 25 lokala mångfaldsreportrar
- Eye on the Arctic – det internationella Arktis-samarbetet
- Ökad research i samhällsbevakningen
- Förstärkt valbevakning

* beräknat efter avsättningar till Rikab i Kiruna och det för programbolagen gemensamma servicebolaget Sveriges Radios förvaltningsbolag, SRF

i programverksamheten. Dessa rationaliseringar genomfördes som beskrivits ovan under perioden 2002–2009.

För att illustrera storleksordningen på detta gap kan det ställas mot olika kostnader inom verksamheten: 395 miljoner kronor motsvarar den dubbla kostnaden för all administration inom hela Sveriges Radio. All personaladministration, all ekonomiadministration, hela företagsledningen och över huvudtaget all ledningsorganisation måste sparas bort *två gånger* för att nå upp till 395 miljoner kronor.

”Jag kan berätta för svenska folket att man kan inte spara 300 miljoner kronor på någon verksamhet, inte i ett privat företag, inte på Sveriges Radio, inte i någon offentlig verksamhet och sedan hävda att det får inga som helst konsekvenser. Det är det jag är irriterad på. Var ärlig mot det svenska folket.”

FREDRIK REINFELDT OM RIKSDAGENS BESPARINGSKRAV PÅ REGERINGSKANSLIET, STUDIO ETT, 9 DEC 2010.

Ett annat sätt att uttrycka det är att beloppet motsvarar *fyra gånger* den samlade lokalkostnaden – i Stockholm och på de 25 lokala kanalerna. Det motsvarar all redaktionell personal på samtliga lokala kanaler eller 40 gånger Sveriges Radios årliga marknadsföring.

Om kostnader ska sänkas med i storleksordningen 400 miljoner kronor kommer det att oundvikligen och väsentligen träffa programverksamheten. Den enskilt största verksamheten i Sveriges Radio är Berwaldhallen. Men även om hela kören och orkestern avvecklas och verksamheten läggs ner motsvarar det endast en fjärdedel av den besparing som krävs; uttryckt på ett anat sätt, kören och orkestern får läggas ned *fyra gånger om*, för att nå upp till besparingsmålet 395 miljoner kronor.

Den näst största verksamheten i Sveriges Radio är Ekoredaktionens nyheter. Ekots nyhetsverksamhet måste läggas ned nästan *fem gånger om* för att åstadkomma 395 miljoner kronor. Sveriges Radios korrespondentnät måste avskaffas *tio gånger* för att nå en besparing på 395 miljoner kronor. Nordens största korrespondentnät med 17 korrespondenter motsvarar alltså endast 10 procent av besparingskravet.

Kostnaden för en lokal kanal uppgår till ca 20–25 miljoner kronor per år. En årlig intäktsförlust på 40 miljoner kronor skulle, rent teoretiskt, kunna mötas genom att två lokala kanaler stängs årligen. Innebörden vore att Sveriges Radio vid utgången av nästa tillståndsperiod bara hade kvar fem av 25 kanaler ute i landet.

395 miljoner kr

= ca 600 anställda
= 20 x lokal kanal
= 5 x Ekots nyhetsredaktion
= 10 x korrespondentverksamheten
= 4 x alla lokalkostnader i hela landet
= 4 x kör och orkester i Berwaldhallen

Rent teoretiskt är kostnader för investeringar och utveckling rörliga. De totala kostnaderna i verksamheten kan minskas med 100 miljoner om Sveriges Radio slutar investera och stoppar all utvecklingsverksamhet. Men med en investeringsbudget på mindre än 3 procent av omsättningen kan Sveriges Radio i praktiken inte dra ned ytterligare på investeringarna. Finns Sveriges Radio inte med i utvecklingen av nya medier och nya produktionsmetoder kommer Sveriges Radio inte ha någon betydelse på mediemarknaden.

9.6 BESPARINGAR TRÄFFAR VÄSENTLIGEN PROGRAMMEN

Idén med dessa jämförelser och exempel är inte i första hand att visa hur omöjligt det är att minska kostnaderna i Sveriges Radio. Tanken är att visa att betydande besparingar inte kan göras utan effekter på verksamheten. Stora rationaliseringsvinster har gjorts i stödverksamheten sedan 2002. Dessa vinster kan inte göras igen. Tvärtom utgör kostnaden för stöd, administration och infrastruktur, efter de rationaliseringar som har genomförts, närmast en fast kostnad. Samma sak gäller kostnaderna för upphovsrättigheter och sporträttigheter som snarare tenderar att öka än minska.

Det finns framför allt tre skäl till att även en så begränsad årlig skillnad mellan utvecklingen av kostnader och intäkter som 1,5 procent, ger så stora effekter som nu beskrivits.

I anslagsfinansierad verksamhet räknar man sällan mer än ett eller ett par år framåt i tiden. Så är det generellt i den statliga ekonomin. Anslag beslutas år från år. Den långsiktiga konsekvensen av underfinansiering blir sällan tydlig. Men minskade årliga anslag på 1,5 procent blir 20 procent på en tioårsperiod! I annan offentlig verksamhet sker korrigeringar i praktiken löpande. Ofta finansieras dessutom statlig verksamhet genom en kombination av ett större förvaltningsanslag och ett antal riktade anslag. Intäkterna från gungorna balanserar mycket ofta intäktsbortfallet i karusellverksamheten.

Sveriges Radio har en synnerligen omfattande verksamhet. Publicistiskt och produktionsmässigt motsvarar den utgivningen av tre rikstidningar och 25 lokala femdagarstidningar. Radioverksamhet är i sig ekonomiskt rationell. Det finns inga kostnader för tryckning, distribution eller försäljning av prenumerationer och annonser. Den absoluta merparten av kostnaderna går till programproduktionen. Dessutom består kostnaden för själva programproduktionen i allt väsentligt av kostnader för journalister.

Under de gångna åren har Sveriges Radio redan sänkt kostnaderna avsevärt för stöd och överbyggnad. Det som har sparats bort en gång finns inte kvar att spara bort en gång till.

”Priserna för sporträttigheter för tv har de senaste åren ökat kraftigt. Även priserna för radiorättigheter kan komma att skjuta i höjden. Klubbarna i högsta spanska fotbollsligan, la Liga, kräver 24 miljoner euro i rättighetspengar från inhemska radiostationer från och med 2011.”

RESUME.SE 11 NOV 2010.

Ett skäl till att besparingar oundvikligen träffar programverksamheten är att public serviceradio och public service-tv är extremt publicistiskt effektiva. Av Sveriges Radios samlade resurser går ca 70 procent till innehållet i FM-sändningarna och på webben. Motsvarande andel för en stor nationell tidning är mindre än 20 procent för en större lokal tidning ca 25 procent.

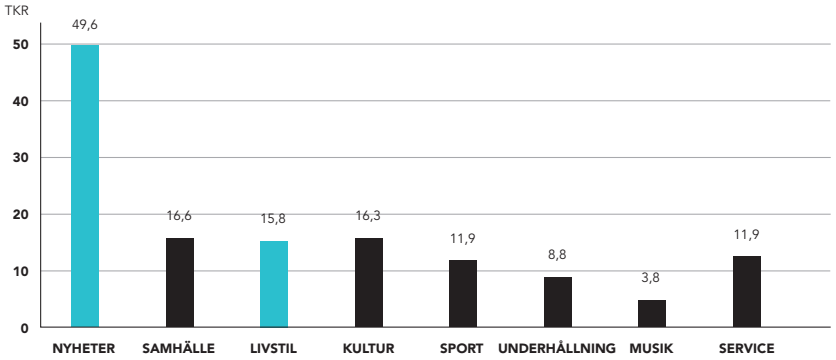
I sig är det naturligtvis synnerligen bra att en så stor del av public service resurser faktiskt går till direkt innehållsproduktion. Men det innebär att framtida besparingar väsentligen kommer att träffa programverksamheten. Det är då viktigt att inse vad det är i programproduktionen som kostar. Nyheterna kostar, de 25 lokala kanalerna kostar, den klassiska musiken inklusive Berwaldhallen kostar. Att producera innehåll på ett antal minoritets- och invandrarspråk kostar.

De publicistiskt ambitiösa programmen kostar också. Ett avsnitt i ett stort undersökande reportage kan kosta 100 000–200 000 kronor. Ett sådant undersökande reportage var den uppmärksammade och flera gånger pris-belönade serien ”Matens pris”. Den byggde på mycket omfattande research, utlandsresor och intervjuer med människor som med risk för eget liv ställde upp och berättade. Programkostnader på flera hundratusen kronor kan låta mycket. Men ställs det mot att publiken fick helt nya kunskaper och att även den internationella bilden av modern matproduktion förändrades ter sig kostnaden något mer beskedlig.

Det förhållande att viss programproduktion är dyr innebär inte att alla program är dyra. Själva programkostnaden för P3 – som inte är hela kostnaden för produktion och utsändning av P3 – motsvarar inte mer än kostnaden för två lokala kanaler, dvs ett års besparingskrav vid en otillräcklig uppräkning. Radiosporten kostar mindre än P 3:s programverksamhet. All kultur, innefattande också Radioteatern, kostar ca 60 miljoner kronor, dvs motsvarande tre lokala kanaler.

Sveriges Radio har till dags dato inte berörts mer än marginellt av den ökade konkurrensen om sporträttigheter. Risken finns att även radiorättigheterna kommer att betinga betydande kostnader framöver. Det kan leda till en kombination av ökade kostnader och minskat utbud. Sveriges Radio kan tvingas avstå från sändningar från större evenemang om inte förhållandevis

SVERIGES RADIOS TIMKOSTNAD PER PROGRAMOMRÅDE 2010



TIMKOSTNAD PER PO 2010

stora resurser omprioriteras från andra programområden. Sveriges Radio ger idag möjligheten för den som har ett brett sportintresse att följa sport på såväl lokal som nationell nivå. Detta kan bli en av de stora resursfördelningsfrågorna som Sveriges Radio tvingas att hantera under de närmaste åren.

Om uppräkningen ligger kvar på 2 procent men kostnadsökningarna begränsas till 3 procent i stället för 3,5 procent reduceras kraven på neddragningar fram till 2019 till 260 miljoner, motsvarande ca 400 tjänster. Även en låg kostnadsökningstakt ställer stora krav på besparingar om uppräkningen av intäkterna inte relateras till storleken på kostnadsökningarna. Skulle å andra sidan kostnadsökningarna bli lägre än 2 procent innebär det en utbyggnad av Sveriges Radios verksamhet.

En årlig uppräkning av Sveriges Radios intäkter med en fast procentsats utan koppling till kostnadsutvecklingen innebär att kostnadsökningarna i samhället godtyckligt får bestämma vad radio och tv i allmänhetens tjänst kommer att vara. Den modell för uppräkning av anslaget med 2 procent per år som gällt 2002–2009 bör ersättas med en uppräkning som är kopplad till kostnadsutvecklingen i programbolagen.

9.7 **ATT TA SAMHÄLLSANSVAR**

Den bärande idén med public service är att publicistiska mål och värden ska stå i förgrunden. I public service ska ekonomin tjäna publicistiken i stället för att, som det ytterst är i de kommersiella etermedierna, publicistiken tjänar ekonomin.

Kvalitet och relevans är centrala värden i Sveriges Radios publicistiska verksamhet. Kvalitet är beroende av hur verksamheten drivs utifrån de krav som uppdraget ställer och av den kultur som råder. Sveriges Radio, medarbetare och ledning, har ansvar för att vidmakthålla och utveckla den starka publicistiska kultur som utvecklats under lång tid. Men kvalitet är ofrånkomligen beroende av de resurser som finns för att driva verksamheten. Kvalificerad journalistik kräver resurser. Det som nu händer i hela den kommersiella mediesektorn är att resurser som driver kvalitetsjournalistik sparas bort.

Den stora utmaningen för Sveriges Radio, och för dem som svarar för finansieringen av Sveriges Radio, är att ta ansvar för den publicistiskt drivna journalistiken i det moderna mediesamhället. Sveriges Radio står idag för en betydande del av den originaljournalistik som produceras på det svenska språket och som andra i sin tur bygger sin rapportering på. Ett framtida Sveriges Radio som har osthyvlat fram nödvändiga besparingar kommer att tunna ut hela det svenska utbudet av originaljournalistik och likt många andra bara bli en rapporterande verksamhet utan originalitet, granskning och analys. Mångfalden både i utbudet och när det gäller arbetstillfällen för journalister och stora delar av den svenska kultursektorn kommer avsevärt att försämras.

STUDIO ETT I SIFFROR UNDER ETT ÅR

CA 1800 GÄSTER

250 REPORTAGE FRÅN HELA VÄRLDEN

500 REPORTAGE FRÅN HELA SVERIGE

APPENDIX

SÅ HÄR ARBETADE SVERIGES RADIO MED AVSIKTSFÖRKLARINGEN

Vi startade arbetet med den omfattande *Framtidsutredningen* sommaren 2009 under ledning av Hanna Stjärne. I arbetet intervjuades drygt hundra företagsledare, medieaktörer och analytiker. Chefer och medarbetare inom Sveriges Radio deltog i workshops.

Under sommaren 2010 inleddes arbetet i projektet *"Sveriges Radio mot nytt sändningstillstånd"*. Den arbetsgrupp som formades svarade för en omfattande omvärldsanalys. Parallellt med detta författade Mats Svegfors och Cilla Benkö den virtuella medieboken *Journalistik 3.0 – medieormen ömsar skinn*. Boken som publicerades i mitten av november öppnade för debatt och inlägg på Sveriges Radios hemsida. Under hösten genomfördes en framtidsturné till alla arbetsplatser i hela företaget genom tolv speciellt utvalda medarbetare.

Under början av 2011 inleddes arbetet med att formulera avsiktsförklaringen. I det arbetet har styrelsen, direktionen och styrgruppen för projektet *Sveriges Radio mot ett nytt sändningstillstånd* deltagit. Arbetsgruppen har utgjort referensgrupp och bidragit med ett omfattande faktamaterial.

Styrgruppen för projektet *Sveriges Radio mot ett nytt sändningstillstånd* har letts av vice vd Cilla Benkö. Projektledare har varit direktör för analys- och kommunikationsenheten Jan Petersson. Arbetsgruppens arbete har letts av Helena Bremberg, tjänstledig från uppdraget som chef för P4 Radio Gotland.

Arbetsgruppen har bestått av: Helena Bremberg, Fredrik Grönberg, Elle-Kari Höjeberg, Peter Larsson, Malte Lind, Johan Ljungström, Hanna Stjärne och Mats Åkerlund.

PUBLICISTISKA PRIORITERINGAR I AVSIKTSFÖRKLARINGEN

Sveriges Radio vill utveckla innehållet i en dialog med publiken. Journalisten blir en kvalificerad samtalspartner och den kunniga guide publiken väljer att föra dialog med. Det kallar vi för Journalistik 3.0.

Vi vill stärka den oberoende, granskande originaljournalistiken genom att efter år av besparingar kunna satsa mer på kunniga specialreportrar och på undersökande journalistik.

Vi vill utveckla nyhetsjournalistiken för att bättre svara mot publikens mångfasetterade behov när det gäller både ämnesval och val av plats och form att ta till sig nyheterna på.

Vi vill kunna behålla och utveckla Nordens i särklass bästa och mest omfattande nät av korrespondenter som dagligen ger publiken internationella nyheter och analyser.

Vi vill komma ännu närmare publiken. De lokala kanalernas uppdrag att möta publiken där den finns ges större vikt, även i områden där vi idag inte varit tillräckligt närvarande.

Vi vill förstärka vår roll som landets ledande kulturskapare. Vi vill ge publiken starka upplevelser men också möjligheter att själva skapa. Sveriges Radio vill även fortsättningsvis vara en stor arbetsgivare inom kultursektorn.

Vi vill stärka bevakningen och analysen av kulturen i hela landet och ge fler kvinnliga och unga kulturutövare en plattform för att nå ut med sina verk.

Vi vill vara den kunnigaste musikguiden som hjälper publiken att hitta rätt i ett musikutbud som präglas av både det breda och det smala, det internationella och det nationella.

Vi vill möta den unga publiken på dess egna villkor. Människor i alla åldrar har samma rätt att få ta del av ett oberoende public serviceutbud.

Vi vill skräddarsy utbudet på webben och i mobilen för olika grupper. Innehållet ska vara enkelt att hitta och publiken ska enklare än idag kunna dela sina ljudupplevelser med andra.

Vi vill att vårt innehåll ska vara tillgängligt för publiken där den finns, även för dem som i framtiden väljer bort den traditionella radioapparaten. För att lyckas med det öppnar vi för samarbeten med andra parter som kan tillhandahålla vårt innehåll på ett enkelt sätt.