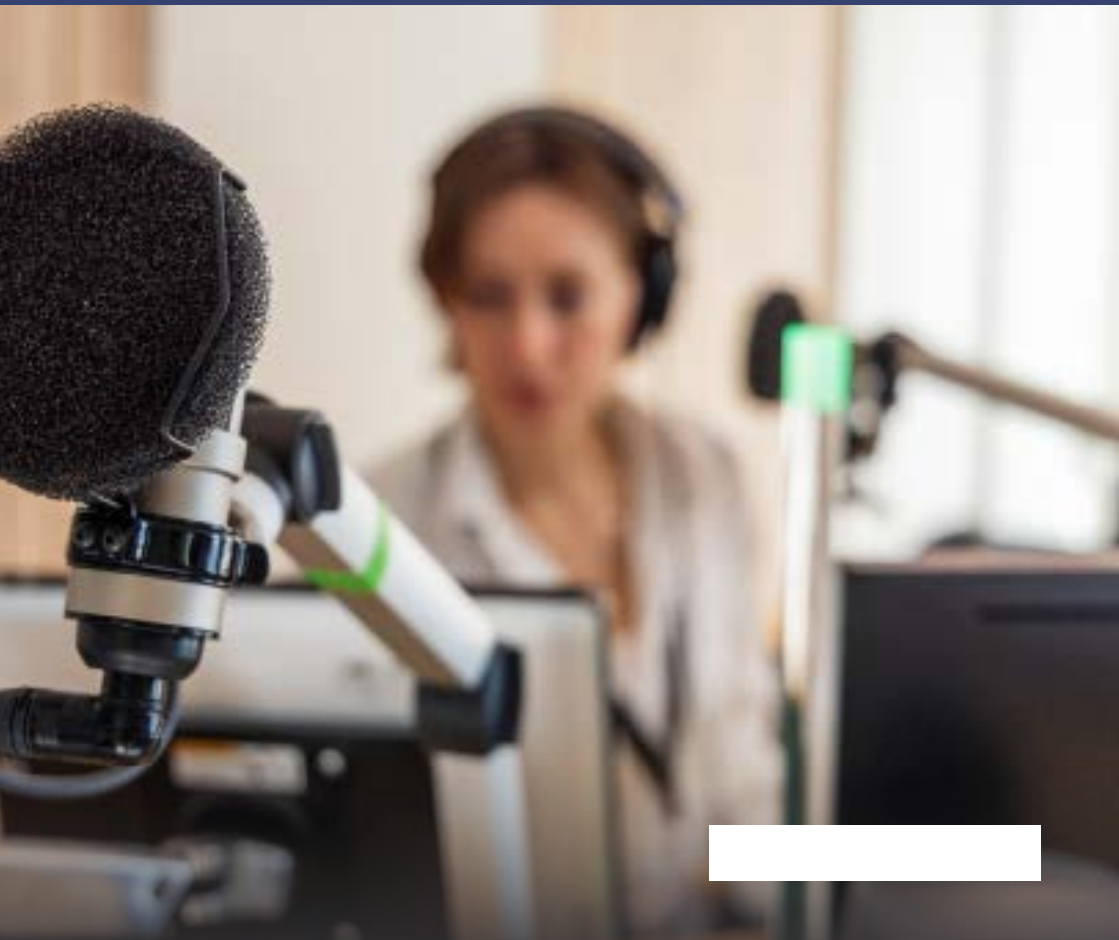
NY UTGÅVA
2026

# Public service-handboken

## UPPDRAGET, ETIKEN OCH JURIDIKEN



**Redaktion:**
Mattias Hermansson
Josefin Sandstedt

**Övriga medverkande:**
Kerstin Bröms Lumpus
Gabriel Byström
Ulf Dalquist
Lotta Ederth
Fredrik Furtenbach
Alice Kumlien
Andreas Landmark
Lena Olausson
Mårten Randberg
Silvija Tolomanoska
Sofia Wadensjö Karén
Harry Westerman Wood

**Bokproduktion:**
Nina Bäckström (formgivning)

**Fotografer:**
Mattias Ahlm s. 1, 11, 39, 47, 53, 61, 77, 115, 123, 126, 139, 146, 173 och 187
Mikael Grönberg s. 24
Anna Hållams. 82
Ali Mian s. 14, 27, 87 och 183
Daniel Stigefelt s. 118 och 163

**Ansvarig utgivare:** Gabriel Byström

Hela handboken finns också tillgänglig digitalt på *www.sverigesradio.se/omsverigesradio*

Synpunkter och ändringar mejlas till *pshandboken@sr.se*

# Public service-handboken

UPPDRAGET, ETIKEN OCH JURIDIKEN

# Innehåll


1. FÖRORD 10

2. SAMMANFATTNING 12

3. LAGAR OCH REGLER 16

4. SVERIGES RADIO ÄR OBEROENDE 18

- 4:1 Maktsfärer 19
- 4:2 Integritet och självständighet 19
- 4:3 Politiskt oberoende 20
- 4:4 Religiöst oberoende 20
- 4:5 Kulturellt och konstnärligt oberoende 20
- 4:6 Allmänt om otillbörligt kommersiellt gynnande 21
- 4:7 Recensioner och konsumentupplysning 21
- 4:8 Hänvisningar till sociala medier och externa plattformar 22
- 4:9 Varumärken i bilder 22
- 4:10 Sponsring 23
- 4:11 Bevakning av sponsrade evenemang, byggnader och idrottslag 25
- 4:12 Reklam för egen verksamhet 25
- 4:13 Insamlingar och insamlingsnummer 25
- 4:14 Lotterier och tävlingar 26
- 4:15 Sveriges Radios material i kommersiella sammanhang 26
- 4:16 Länkar från Sveriges Radio till kommersiella aktörer 26
- 4:17 Länkar från andra till Sveriges Radio 27

5. OPARTISKHET 28

- 5:1 Opartiskhet 29
- 5:2 Balans 29
- 5:3 Det demokratiska statsskickets grundidéer 30
- 5:4 Allsidighet och bemötande 31
- 5:5 Genmäle 32
- 5:6 Serier av publiceringar 33
- 5:7 Partsinlagor 33

5:8 Medverkandes åsikter 34
5:9 Paneler 35
5:10 Medarbetares åsikter 36
5:11 Kommentarer, krönikor och kåserier 37
5:12 Recensioner och konsumentupplysning 38
5:13 Politisk bevakning 40
5:14 Lokala och regionala partier samt småpartier 41
5:15 Antidemokratiska partier och rörelser 41
5:16 Benämningar och epitet 42
5:17 Sport 42
5:18 Satir och humor 43
5:19 Dokumentärer 43
5:20 Drama 44
5:21 Livsåskådning 44
5:22 Fredstida kriser, höjd beredskap och Sveriges säkerhet 45

6. SVERIGES RADIO ÄR KORREKT OCH SAKLIGT 48

6:1 Källkritik och desinformation 49
6:2 Referat, citat och kreddning 51
6:3 Tillbakavisande av felaktigheter och lögner i sändning 52
6:4 Bildurval och bildbehandling 52
6:5 Rättelse och förtydligande 54
6:6 Spekulationer om brott 56
6:7 Statistik, opinionsmätningar och enkäter 56
6:8 Pressmeddelanden och färdigproducerat material 62
6:9 Rekonstruktioner 62
6:10 Arkivmaterial och tidigare publicerat material 63
6:11 Förinspelade program, repriser och återpubliceringar 63

7. SVERIGES RADIO – HELA SVERIGES RADIO 64

7:1 Perspektiv i vinklar och val av medverkande 65
7:2 Geografisk spridning 65
7:3 Sociala och ekonomiska skillnader 66
7:4 Jämställdhet och alla människors lika värde 66
7:5 Bakgrund och erfarenhet från olika kultursfärer 67
7:6 Minoritetsspråk 67
7:7 Livsåskådning 68
7:8 Funktionsnedsättning och tillgänglighet 68
7:9 Sexuell läggning 68
7:10 Ålder 69

8. ETIK OCH GENOMSLAGSKRAFT 70

8:1 Människors lika värde och det demokratiska statsskickets grundidéer 71
8:2 Fara för liv (kidnappade personer, gisslan) 71
8:3 Tragiska händelser 71
8:4 Våldsskildringar 72

8:5 Bilder 73
8:6 Sexuella skildringar 73
8:7 Humor och satir 74
8:8 Musiktexter 74
8:9 Radiopjäser och drama 75
8:10 Alkohol, narkotika och tobak 75
8:11 Brott och brottslingar 75
8:12 Fara för liv 76
8:13 Tragiska händelser 76
8:14 Telefonväkterier och ring in-program 77

9. REGLER FÖR MEDARBETARNAS TROVÄRDIGHET 78

9:1 Medarbetares trovärdighet, opartiskhet och oberoende 79
9:2 Ställningstaganden och ageranden i offentligheten 79
9:3 Diskretion och lojalitet 81
9:4 Politiska engagemang 83
9.5 Demonstrationer och ideella engagemang 84
9:6 Konkurrerande verksamhet och sidouppdrag 84
9:7 Bokskrivande 85
9:8 Privatekonomi 86
9:9 Marknadsföring och kommersiellt gynnande 86
9:10 Medieträning 88
9:11 Gåvor, rabatter, gratisresor och stipendier 88
9:12 Donationer 89
9:13 Säkerhet och informationssäkerhet 89

10. ANSVAR 90

10:1 Ansvarig utgivare 91
10:2 Medarbetares ansvar gentemot ansvarig utgivare 92
10:3 Kommentarsfunktioner och diskussionsforum 93
10:4 Juridisk hjälp 93
10:5 Granskningsnämnden (GRN) och granskningens omfattning 94
10:6 Hantering av GRN-ärenden 94
10:7 Efter en fällning i GRN 95
10.8 Medieombudsmannen (MO) och Mediernas Etiknämnd (MEN) 97
10:9 Hantering av MO-ärenden 98
10:10 Om vi klandras av MEN 98

11. UPPHOVSRÄTT 100

11:1 Citaträtten 101
11:2 Travestier och parodier 101
11:3 Program på sverigesradio.se, appen och för nedladdning 102
11:4 Bilder och filmer 103
11:5 Upphovsrättsligt skyddat material på digitala plattformar 105
11:6 Skyddstid 105
11:7 Juridisk hjälp 105

## 12. ANONYMITET OCH KÄLLSKYDD 106

12:1 Meddelarskydd 107
12:2 Källskydd 107
12:3 Användning av anonyma källor 108
12:4 Bilder på anonyma eller avidentifierade 109
12:5 Dokumentation av insamlat material 109
12:6 Begäran från polis, myndigheter och andra om utlämnande av material 110
12:7 Publicerat material – förfrågningar och försäljning 111

## 13. MEDVERKANDE OCH UPPGIFTSLÄMNARE 112

13:1 Intervjuade och medverkande 112
13:2 Barn och ungdomar 113
13:3 Dokumentärer och samhällsreportage 114
13:4 Misstänkta, kriminella och vittnen 116
13:5 Begäran från polis att avstå från publicering 117
13:6 Personer som vägrar delta 117
13:7 Embargo 119
13:8 Betalning för intervju eller tips 119

## 14. RESPEKT FÖR PRIVATLIVET 120

14:1 Namnpublicering och andra identifierande uppgifter 121
14:2 Ändring eller avpublicering i digitala publiceringar 122
14:3 Hänsyn till anhöriga och drabbade 122
14:4 Utpekande av andra 124
14:5 Bilder 124
14:6 Självmord 125
14:7 Begravningar 125
14:8 Döda, skadade eller saknade 125
14:9 Olycks- och katastrofplatser 126
14:10 Pågående nyhetshändelse 127
14:11 Chockade, skadade och sörjande personer 127

## 15. ARBETSMETODER 128

15:1 Dold mikrofon 128
15:2 Dold och kränkande fotografering 129
15:3 Dold/falsk identitet 129
15:4 Hemliga inspelningar gjorda av andra 130
15:5 Telefonintervjuer 130
15:6 Inspelning av samtal för bakgrundsinformation 131
15:7 Miljöljud 131
15:8 Redigering av inspelade intervjuer 131
15:9 Vår rätt att göra inspelningar och fotografera 131
15:10 Följa med poliser eller brottslingar 137
15:11 Sociala medier som research- och kontaktverktyg 138
15:12 Offentlighetsprincipen 138

## 16. MATERIAL FRÅN ANDRA ÄN SVERIGES RADIOS REDAKTIONER 140

16:1 Andra public service-bolag och redaktioner 141
16:2 Nyhetsbyråer, forskare, institutioner, myndigheter med flera 142
16:3 Extern medverkan och produktionsbolag 142
16:4 Samarbeten inom kultur och musik 143
16:5 Pressmeddelanden 144
16:6 Myndighetsmeddelanden 144
16:7 VMA – när det är farligt och akut 145
16:8 Trafik- och serviceapporter 148
16:9 Konstitutionellt dödsfall 148
16:10 Kreddning och länkning 148
16:11 Dialog och material från publiken 150

## 17. KRITIK OCH HOT MOT SVERIGES RADIO 152

17:1 Synpunkter och klagomål från publiken 153
17:2 Extern kritik 154
17:3 Rättelse och förtydligande 154
17:4 Genmäle 154
17:5 När det är Sveriges Radio som granskas i medierna 155
17:6 Hot 155
17:7 Riskfyllda och hotfulla situationer 155

## 18. SPRÅKET 156

18:1 Begripligt 157
18:2 Levande 157
18:3 Korrekt 158
18:4 Inkluderande 158
18:5 Dialekt och språklig variation 158
18.6 Engelska och andra främmande språk 158
18:7 Svordomar och grovt språk 159
18:8 Ord och begrepp med reklameffekt 159
18:9 Värdeladdat eller diskriminerande språkbruk 159
18:10 Det talade språket 160
18:11 Det skrivna språket 160
18:12 Språket i sociala medier 161
18:13 Språkrådgivning 161

## 19. LJUDET I FOKUS 162

19:1 Att arbeta med ljud 162
19:2 Hörbarhet 162

## 20. AI I DET REDAKTIONELLA ARBETET 164

20:1 Allmänt om AI-genererat innehåll 165
20:2 Källskydd och integritet 166
20:3 Rättigheter till AI-generat material 166
20:4 AI-material från externa källor 167
20:5 Risker för partiskhet, osaklighet och spridning av desinformation 167
20:6 AI-genererade röster 167
20:7 AI-förbättrade röster 168
20:8 Anonymisering och avidentifiering med hjälp av AI 168
20:9 AI-bilder i journalistiskt innehåll 168
20:10 AI-bilder i satir och drama 169
20:11 AI-bearbetning av bilder och montage 170
20:12 AI-genererad text ur eget material 170
20:13 Transkribering av ljud för publik 171
20:14 AI-genererade ljudeffekter och miljöljud 171
20:15 AI-genererad musik och jinglar 171
20:16 Om AI är ”grejen” i rapporteringen 172
20:17 Transparens vid publicering av AI-genererat material 172

## 21. SVERIGES RADIO I SOCIALA MEDIER 174

21:1 Regelverk och prövningar 175
21:2 Källskydd 176
21:3 Hänvisning till sociala medier i program och poddar 176
21:4 Varumärken i bilder på sociala medier 177
21:5 Ansvar för och prövning av publiceringar på sociala medier 178
21:6 Juridiskt ansvar för kommentarer 179
21:7 Upphovsrätt i sociala medier 179
21:8 Rättelse och genmäle i sociala medier 182
21:9 Att söka personer i sociala medier 183
21:10 Informationssäkerhet 183

## 22. RÅD OCH HJÄLP 184

# 1. Förord

Sveriges Radios vision är att ge publiken fler röster och starkare berättelser för en större förståelse. Visionen sammanfattar såväl andemeningen i public service-uppdraget som företagets ambitioner i arbetet med att göra innehåll för alla i vårt land. I den turbulenta tid och oroliga värld vi lever i är såväl visionens innebörd som public service-uppdraget otroligt viktigt.

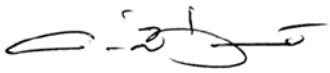
Alla vi som jobbar på Sveriges Radio har ett gemensamt ansvar för att Sveriges Radio lever upp till publikens och allmänhetens förväntningar. Det gäller såklart det innehåll vi skapar och förmedlar, men också allt annat vi gör inom företagets alla olika verksamheter.

Tanken med Public service-handboken är densamma som när den första utgåvan skrevs 2009. Den ska vara en lättöverskådlig hjälpreda och inspirationskälla för alla som arbetar på och för Sveriges Radio. Ett stöd i vardagen, oavsett om användaren behöver snabb hjälp i en knivig direktsändning eller vill ha ett diskussionsunderlag i någon fråga som är särskilt viktig i ens arbetsgrupp. Den kan i vissa fall användas som ett facit men ska framför allt ge vägledning och kan inte ersätta din professionalitet och ditt sunda förnuft.

Public service-handboken är också fritt tillgänglig för alla i vårt land som vill veta mer om hur Sveriges Radio arbetar för att leva upp till public service-uppdraget och vilka tankar och riktlinjer som ligger till grund för det vi publicerar.

Vi når vår stora publik på allt fler plattformar. För att vi ska kunna behålla det stora förtroende som allmänheten har för Sveriges Radio måste hela vårt utbud och de tjänster vi erbjuder hålla samma höga kvalitet. Den här nyutgåvan har också utvecklats och anpassats efter det teknikneutrala uppdrag som trädde i kraft 1 januari 2026. Nytt innehåll har också tillkommit för att ge svar på frågor som uppstår i kölvattnet av den snabba teknikutvecklingen.

Public service-handboken är till för att användas – låt den bli en naturlig del av det dagliga samtalet på jobbet. Det hjälper att göra Sveriges Radio ännu bättre. Trevlig läsning!



Cilla Benkö, vd Sveriges Radio



# 2. Sammanfattning

## Sveriges Radio är publicistiskt oberoende och trovärdigt

Vi är oberoende i förhållande till politiska, religiösa och ekonomiska intressen. Sveriges Radio är ett reklamfritt bolag i allmänhetens tjänst, och vår integritet ska aldrig kunna ifrågasättas. Därför får inga medarbetare vara inblandade i bevakningen av ett sakområde där de vid sidan av arbetet är personligt engagerade på ett sätt som gör att trovärdigheten i bevakningen kan ifrågasättas.

## Sveriges Radio värnar demokratin

Vi värnar det demokratiska statsskickets grundidéer, dvs fri åsiktsbildning, allmän och lika rösträtt samt fria och hemliga val. Vi värnar också principen om alla människors lika värde och den enskilda människans frihet och värdighet. I våra publiceringar tar vi om så krävs avstånd från rasistiska uttalanden eller uppmaningar till våld och brutalitet.

## Sveriges Radio är opartiskt

Vi tar inte ställning utan strävar efter att ge publiken en bred, mångsidig och nyanserad bild. Vi låter dem som kritiseras i våra publiceringar bemöta kritiken. Opartiskheten är grunden för vår trovärdighet. De enda gångerna vi ska vara partiska är när vi bemöter uttalanden som strider mot det demokratiska statsskickets grundidéer och alla människors lika värde.

## Sveriges Radio är korrekt och sakligt

Fakta som vi presenterar ska givetvis vara korrekta, eller också ska vi ha välgrundad anledning att anta att de är det. Ansvaret ligger på alla medarbetare. Ibland kan det vara befogat att rapportera om händelser även om vi inte säkert vet att uppgifter är korrekta. I sådana fall ska det tydligt framgå att vi är osäkra. När vi haft fel ska vi göra rättelser.

## Sveriges Radio är hela Sveriges radio

Vårt uppdrag är att granska, bevaka och skildra hela samhället. Vi strävar efter att ge publiken så många perspektiv, infallsvinklar och röster som möjligt. Våra program ska präglas av olika perspektiv och spegla de som bor i hela vårt land oavsett om det handlar om tal eller musik. Vi ska inte föra fördomar och stereotyper vidare. Vi ska också sträva efter att söka upp de oväntade händelserna och att hitta de nya och oväntade rösterna.

## Sveriges Radio är djärvt

Vi slår vakt om den svenska yttrandefriheten. Vår journalistik och våra program ska vara djärva. Vi är skyldiga att följa det omfattande regelverket kring Sveriges Radio men säkerhetsmarginalerna till de begränsningar som finns får inte bli omotiverat breda. Många fällningar i Granskningsnämnden kan leda till att vår trovärdighet urholkas. Samtidigt är det mycket viktigt att vi inte ålägger oss för stora restriktioner av rädsla för kritik och juridiska processer. Ansvaret för denna balansgång ligger hos chefer och ansvariga utgivare.

## Sveriges Radio respekterar privatlivet

Att rapportera om människors privatliv ska enbart ske om det har ett uppenbart allmänintresse. Respekt för privatlivet gäller även offentliga personer, till exempel politiker och kända personer, om det inte är så att händelsen eller gärningen påverkar deras tjänsteutövning, innebär ett lagbrott eller på annat sätt har ett uppenbart allmänintresse. Det räcker dock inte med allmän nyfikenhet.

## Sveriges Radio skyddar källorna

Det är ett grundlagsbrott att avslöja namnet på en källa som vill vara anonym. Alla inom Sveriges Radio som kommer i kontakt med en källas identitet måste hålla den hemlig. Om en person kräver att få vara anonym är vi skyldiga att respektera det. Ibland låter vi också en intervjuad person vara anonym för att uppfylla kravet på respekt för en enskilds privatliv. I bägge fallen är det viktigt att källorna kan känna sig trygga.


P1 P2 P3 P4
sverigesradio

## Ansvaret inom Sveriges Radio

Verkställande direktören har det yttersta ansvaret för all verksamhet inom Sveriges Radio – även den publicistiska. Men när det gäller eventuella yttrandefrihetsbrott är det ansvarig utgivare som ensam har ansvaret för det som publiceras, och utgivaren är därför den enda som har rätt att bestämma om en publicering inte ska göras.

Utgivaren är bara ansvarig för brott mot yttrandefrihetsgrundlagen. Om det däremot gäller reglerna i sändningstillståndet kan Sveriges Radios vd alltid bestämma vad som ska publiceras eller inte publiceras. Men ingen, inte ens vd, kan besluta att publicera något som en ansvarig utgivare anser skulle strida mot yttrandefrihetsgrundlagen.

*Alla medarbetare är skyldiga att kontakta ansvarig utgivare, oavsett tid på dygnet, då utgivarbeslut måste fattas*. Därför har du som medarbetare ett eget ansvar för att vara väl insatt i vilka frågor som är ärenden för ansvarig utgivare.

Varje program som sänds i Sveriges Radio har en ansvarig utgivare – det gäller även det som publiceras på annat sätt, exempelvis på våra egna digitala plattformar (sajt och app).

Däremot har ansvarig utgivare inte juridiskt ansvar för inlägg på *externa plattformar*, till exempel sociala medier. Det innebär att medarbetare personligen kan vara ansvariga för det som de skriver på andra plattformar än våra egna.

Skulle en medarbetare göra sig skyldig till andra brott i samband med arbetet är det medarbetaren själv som blir ansvarig för dessa. Några exempel är olaga intrång, olovlig avlyssning, kränkande fotografering och fortkörning.

# 3. Lagar och regler

Sveriges Radios verksamhet lyder till största del under *yttrandefrihetsgrundlagen* (YGL), en av Sveriges två grundlagar som särskilt reglerar yttrandefriheten. *Tryckfrihetsförordningen* (TF) reglerar yttrandefriheten när det gäller det tryckta ordet medan YGL reglerar yttrandefriheten i radio- och tv-sändningar, film, video och andra elektroniska medier. I YGL finns bl a bestämmelser om ansvarigt utgivarskap, meddelarskydd och censurförbud.

Sveriges Radios verksamhet regleras i *lagen om public service* (public service-lagen) som är teknikneutral och gäller såväl sändningar som digitala publiceringar på Sveriges Radios egna plattformar och företagets konton på sociala medier. Lagen omfattar ljud, bild, text och video. Lagen innehåller bl a grundläggande bestämmelser om uppdraget, vilka villkor som får ställas upp, granskningen av våra publiceringar och finansieringen.

I *public service-beslutet* regleras de ytterligare villkor som staten ställer på Sveriges Radio som ett public service-företag, såväl innehållsvillkor som andra villkor. Även dessa villkor är teknikneutrala och omfattar alla Sveriges Radios publiceringar. Sveriges Radio ska varje år, i den så kallade public service-redovisningen, redogöra för hur bolaget har uppfyllt sitt uppdrag. Utöver detta finns det också bestämmelser i radio- och tv-lagen (RTL) som är relevanta för verksamheten, såsom definitionen av otillbörligt kommersiellt gynnande och bestämmelser om sponsring

Sveriges Radio, som är anslutet till det självsanerande medieetiska systemet (Medieombudsmannen), ska även följa *Publicitetsreglerna för press, radio och tv*. Alla Sveriges Radios publiceringar, såväl i FM som digitala, kan prövas om de har orsakat en oförsvarlig publicitetsskada för en enskild person.

Sveriges Radios tolkning och tillämpning av ovanstående regler och villkor finns beskrivet i häftet *Programregler* som varje SR-medarbetare förväntas känna till.

Dessutom är vi skyldiga att följa alla andra lagar, till exempel upphovsrättslagen och brottsbalken.

Alla dessa regelverk utgör grunden för den här publicistiska handboken där vi har konkretiserat det hela ytterligare utifrån verksamheten inom Sveriges Radio.

# 4. Sveriges Radio är oberoende

Sveriges Radios verksamhet ska enligt public service-lagen präglas av oberoende och stark integritet. Verksamheten ska bedrivas självständigt i förhållande till ekonomiska, politiska och andra intressen och maktsfärer i samhället. Vår integritet ska aldrig kunna ifrågasättas.

Kravet på oberoende gäller även när vi ingår avtal med uppdragstagare, till exempel frilansare och produktionsbolag, eller när vi samarbetar med kulturinstitutioner, företag eller andra. Sveriges Radio är ett reklamfritt bolag.

1. Maktsfärer
2. Integritet och självständighet
3. Politiskt oberoende
4. Religiöst oberoende
5. Kulturellt och konstnärligt oberoende
6. Otillbörligt kommersiellt gynnande
7. Recensioner och konsumentupplysning
8. Hänvisningar till sociala medier och externa plattformar
9. Varumärken i bilder
10. Sponsring
11. Bevakning av sponsrade evenemang, byggnader och idrottslag
12. Reklam för egen verksamhet
13. Insamlingar och insamlingsnummer
14. Lotterier och tävlingar
15. Sveriges Radios material i kommersiella sammanhang
16. Länkar från Sveriges Radio till kommersiella aktörer
17. Länkar från andra till Sveriges Radio

## 4:1 Maktsfärer

Vi ska granska och skildra olika typer av maktutövning som påverkar människors liv. Makt utövas inte bara i politiska och ekonomiska sammanhang utan även i exempelvis kulturella, religiösa eller sociala kontexter.

## 4:2 Integritet och självständighet

Vi ska sätta frågor i större sammanhang och belysa ämnen ur flera perspektiv. Det gäller även när något har ett till synes okontroversiellt och vällovligt syfte. Ett oberoende och granskande förhållningssätt är en grundläggande förutsättning för att innehållet ger publiken möjlighet att bilda egna uppfattningar.

För att värna oberoendet krävs dessutom att vi i våra publiceringar har en mångfald av perspektiv och kunskaper. Vi driver inte någon enskild aktörs fråga även om den kan ses som okontroversiell.

Vi ska självständigt värdera, kritiskt granska och sätta olika typer av information i ett sammanhang för publiken. Exempel på sådana typer av information kan vara pressmeddelanden, utredningar, forskningsstudier och lagförslag.

Vi ska också vara vaksamma inför påverkansförsök från utomstående aktörer. Innan vi publicerar information från externa källor t.ex. AI-genererat innehåll ska vi värdera det utifrån möjligheten att det finns ett syfte att påverka journalistiken eller att det finna olika intressen som ligger bakom.

I dag finns det ett ständigt flöde av exempelvis rapporter och undersökningar som olika intressenter ligger bakom. Vi ska förhålla oss kritiskt och självständigt till sådant material inom publicistisk verksamhet, även i mer underhållande inslag. I de fall vi publicerar uppgifter ur externa rapporter och undersökningar ska vi alltid upplysa publiken om vem som står bakom och eventuellt även vem som har finansierat en viss studie.

Ibland kan det vara svårt att urskilja i vilken roll en aktör agerar. Om exempelvis en forskare också har en tydlig politisk hemvist, och det är relevant i sammanhanget eller för ämnet som tas upp, ska detta förhållande framgå för publiken. Om en privatperson intervjuas i exempelvis

en enkät på stan ska det framgå om personen har någon typ av engagemang eller koppling till särintressen i det som frågan gäller.

När det gäller experter från exempelvis forskningsvärlden ska vi alltid förvissa oss om att en tilltänkt expert verkligen har gedigen, dokumenterad och aktuell kunskap i just den fråga som ska tas upp. Vi ska också vara noga med att kontrollera vilka olika uppdragsgivare personen har och försäkra oss om att dessa uppgifter är aktuella. En expert med ett känt namn eller någon som har medverkat ofta i medier gör inte att vi slipper undan ansvar för egen research och publicistisk bedömning.

## 4:3 Politiskt oberoende

Vi låter aldrig några politiska intressen ha inflytande över vårt utbud, våra program eller annan produktion. Vi ska vara oberoende och ha ett självständigt förhållningssätt inför olika ideologiska perspektiv och förklaringsmodeller samt sätta dessa i sammanhang för publiken.

## 4:4 Religiöst oberoende

Vi låter aldrig några religiösa grupper eller trossamfund ha inflytande över vårt utbud, våra program eller vår övriga produktion.

## 4:5 Kulturellt och konstnärligt oberoende

Sveriges Radio är en betydelsefull aktör i det svenska kulturlivet genom att tillgängliggöra musik- och kulturupplevelser och beställa verk inom drama, litteratur och musik. Samtidigt har vi ett viktigt journalistiskt uppdrag att granska kultursektorn. Det är viktigt att vi gör det så tydligt som möjligt för publiken i vilken roll vi agerar.

Vi värnar och respekterar konstnärlig självständighet, men vi för inte någon aktörs eller utövares talan.

Det finns krav på att Sveriges Radio ska göra föreställningar, konserter och andra kulturhändelser tillgängliga för lyssnare i hela landet genom samarbeten med kulturinstitutioner eller fria kulturproducenter. Men det är bara vi själva som har rätt att avgöra vilket innehåll som ska

sändas, och vi ska själva stå för kostnaderna för sändningen. Vi låter aldrig externa aktörer, arrangörer eller andra grupper bestämma över vårt kulturutbud, våra publiceringar eller övriga produktioner.

## 4:6 Allmänt om otillbörligt kommersiellt gynnande

Sveriges Radios publiceringar och våra egna digitala plattformar är fria från reklam. Vi får inte otillbörligt gynna kommersiella intressen i ljud, text eller bild. Vi ska därför tänka efter en extra gång kring hur vi väljer att rapportera om exempelvis ett företags produkter eller tjänster. Om vi ska nämna eller visa namn på företag, kulturinstitutioner, tjänster och produkter måste det vara motiverat utifrån ett nyhets-, informations- eller underhållningssyfte. Informations- och underhållningsintresset måste uppväga det gynnande som uppkommer och som kan komma att prövas i efterhand av Granskningsnämnden. Om ett varumärke förekommer i ett positivt sammanhang ökar risken för gynnande.

Vi får inte uppmuntra till köp av varor eller tjänster eller på andra sätt otillbörligt fokusera på eller framhäva en vara eller en tjänst i text, ljud eller bild. Vid sändningar eller publiceringar från kommersiella miljöer kan det vara motiverat att nämna till exempel ett företagsnamn ett par gånger. Tänk också på att berättande kring ett företags tillkomst, historia eller syfte också kan innebära ett gynnande.

Risken för gynnande ökar också om vi lämnar prisuppgifter eller uppger köpställe, till exempel adress eller webbadress där en vara kan köpas. Likaså ökar risken för gynnande om en som medarbetare pratar om en vara eller tjänst på ett positivt sätt.

## 4:7 Recensioner och konsumentupplysning

Recenserande verksamhet bedöms som regel ha ett stort informationsintresse vilket gör det möjligt att i sådana sammanhang nämna namnet på en produkt eller tjänst flera gånger och ibland även prisuppgifter. Detsamma gäller konsumentupplysande publiceringar, men det ställs då mycket höga krav på saklighet.

Det är viktigt att vi presenterar och ramar in exempelvis recensioner på ett tydligt sätt så att det framgår för publiken att det är fråga om just

ett recenserande eller konsumentupplysande format. Om verket som recenseras är skapat av en Sveriges Radio-medarbetare ska vi anlita en utomstående recensent.

## 4:8 Hänvisningar till sociala medier och externa plattformar

Sveriges Radios konton i sociala medier är framför allt verktyg för att föra dialog med publiken och informera om vårt utbud.

Det går bra att hänvisa till ett specifikt innehåll eller en viss rapportering i sociala medier som vi vill att publiken ska ta del av eller att ange sociala medier som en källa i våra egna publiceringar. Däremot ska vi inte uppmana att gilla, prenumerera på eller följa konton på sociala plattformar. Detta gäller också våra egna konton på kommersiella plattformar.

Vi kan även uppmana publiken att föra dialog med våra redaktioner via sociala medier och referera till detta i våra program och andra publiceringar.

## 4:9 Varumärken i bilder

När vi publicerar bilder ska vi göra en bedömning om varumärken som förekommer i bilderna kan innebära ett otillbörligt gynnande.

Vid en stora nyhetshändelser eller andra uppmärksammade situationer som vi bevakar, till exempel ett terrordåd, en olycka eller en demonstration på en allmän plats, kan det förekomma loggor eller namn på butiker osv i bakgrunden och det kan accepteras med hänvisning till att innehållet och i nyhetsförmedlingen ska vara så autentiskt som möjligt. Om vi däremot intervjuar en person i kommersiell miljö som exempelvis en galleria ska vi alltid försöka undvika att visa loggor och annat i bakgrunden. Däremot kan bilder från idrottsarenor och intervjuer i direkt anslutning till ett sportevenemang där vi själva inte bestämmer över platsen i viss mån innehålla loggor och varumärken.

Om vi i nyhetssammanhang rapporterar om ett visst företag kan det ibland också vara motiverat att visa varumärken i bild.

Vi ska dock alltid undvika varumärken på medverkandes kläder om Sveriges Radio själva bestämmer över situationen då bilden tas, till

exempel fotografering i en studio av medverkande som har varumärken på kläder, instrument, drycker eller liknande. Vi kan då behöva be våra medverkande avlägsna kläder med loggor eller tejpa över varumärken.

Ibland kan vi behöva blurra eller beskära i efterhand före publicering så att varumärken inte syns om vi inte vid själva fotograferingen uppmärksammade loggan eller varumärket. Blurrning innebär en bearbetning av bilden vilket innebär att det krävs tillstånd från rättighetshavaren oftast fotografen. Om det är Sveriges Radios egna bilder har vi rätt att blurra eller beskära. Vi kan blurra även TT-bilder enligt vårt avtal med dem om vi anser att det behövs för att inte otillbörligt gynna kommersiell intressen.

Våra medarbetare ska inte heller bära kläder med andra synliga loggor än Sveriges Radios på kläder, väskor eller liknande på bilder.

## 4:10 Sponsring

Det är inte tillåtet med sponsring, dvs att låta någon annan än Sveriges Radio helt eller delvis betala kostnaderna för att producera ett program eller annat innehåll, till exempel reportageresor eller teknik. Det innebär att vi inte heller kan ta emot gåvor, till exempel biljetter till olika evenemang, böcker eller cd-skivor som vi använder i våra publiceringar eller som priser i tävlingar.

Vi får däremot publicera sådant som har producerats i samarbete med andra, till exempel produktionsbolag, teatrar och konsertarrangörer eller inom ramen för EBU-samarbeten även om den andra parten fått sponsorbidrag för sina egna kostnader. Detta måste dock framgå för publiken i form av ett meddelande enligt radio- och tv-lagen.

När vi samarbetar med kulturinstitutioner och liknande måste vi själva stå för samtliga kostnader för vår sändning och för användning av materialet på digitala plattformar, till exempel ersättning till artister och musiker. Däremot kan vår samarbetspartner svara för de merkostnader som uppstår för att vi sänder eller spelar in från en plats utanför våra radiohus, till exempel kostnader för publikljud, scen och dekor.

Vi ska också vara vaksamma så att frilansmaterial som vi köper inte är sponsrat i sin tur. För produktionsbolag ska frågor om sponsring regleras i varje enskilt avtal.


P1 P2 P3 P4
sverigesradio

I de fall det kan handla om sponsring ska alltid Juridikavdelningen kontaktas.

## 4:11 Bevakning av sponsrade evenemang, byggnader och idrottslag

Ibland bevakar vi evenemang som är sponsrade, bl a idrottstävlingar, prisutdelningar och galor. Vi ska då vara uppmärksamma på att vi inte gynnar sponsorn genom att låta sponsorn få ut sitt budskap till publiken via våra publiceringar.

Fundera även på om bilder från sponsrade evenemang eller liknande innehåller loggor eller andra budskap. Gör alltid en publicistisk bedömning av bilden, exempelvis om den skulle kunna innebära ett otillbörligt gynnande. Som regel ska de loggor vi visar upp ha ett tillräckligt stort informationsintresse, dvs tillföra information till publiceringen för att uppväga det gynnande som uppkommer.

I dag är det vanligt att till exempel idrottsarenor döps efter företag. Vi ska då vara försiktiga med egennamnet och om möjligt använda synonymer som ”hemmalagets arena” eller ortsnamnet som ofta säger mer om var en tävling eller match äger rum.

När det gäller namn på idrottslag är det också många gånger tydligare för publiken att lokalisera laget geografiskt i stället för att använda sponsrade klubbnamn.

## 4:12 Reklam för egen verksamhet

Trots reklamförbudet får vi i våra publiceringar upplysa om vår egen, SVT:s och UR:s programverksamhet.

I direkt anslutning till ett program eller publicering får vi också informera om produkter som har direkt koppling till våra egna, till exempel julkalendern.

## 4:13 Insamlingar och insamlingsnummer

Vi ska inte arrangera insamlingar till andra organisationer än Radiohjälpen och alltså inte nämna andra gironummer än Radiohjälpens.

Ansvarig chef kan dock i undantagsfall, och efter samråd med Radiohjälpen, besluta att andra gironummer ska nämnas om det rör sig om ett trovärdigt och mycket angeläget insamlingsprojekt.

Fundera dock på om det kan komma i konflikt med bestämmelsen om otillbörligt gynnande eller opartiskhet.

## 4:14 Lotterier och tävlingar

Vid tävlingar och auktioner som vi anordnar i våra program, på våra egna digitala plattformar eller i sociala medier vill vi som regel kunna berätta om vinsten. Syftet är att ge publiken tillräcklig information för att motivera dem att delta utan att vi överdrivet fokuserar på eller framhäver vinsten/priset. Tänk därför på hur många gånger vinsten nämns. Utgångspunkten är att vi kan ge saklig information om vinstens egenskaper men inte nämna några positiva värdeomdömen, prisuppgifter eller liknande.

I sociala medier kan vi lotta ut priser bland dem som gillat eller delat inlägget.

Vinsterna måste alltid vara bekostade av Sveriges Radio.

## 4:15 Sveriges Radios material i kommersiella sammanhang

Vi ska vara mycket restriktiva med att låta andra aktörer använda våra program, varumärken, inslag eller bilder i externa sammanhang, till exempel i filmer eller i böcker. Kommer en sådan förfrågan ska den hänvisas till licensieringsansvarig på Kommunikationsenheten.

## 4:16 Länkar från Sveriges Radio till kommersiella aktörer

Vi ska undvika att länka till kommersiella aktörer i våra publiceringar. En länk kan anses vara en uppmaning till publiken att besöka en kommersiell aktör och därmed kan de anses vara ett otillbörligt kommersiellt gynnande. Särskilt viktigt är detta om det säljs eller tillhandahålls kommerisella produkter eller tjänster på sajten.

## 4:17 Länkar från andra till Sveriges Radio

Externa appar, webbplatser och digitala plattformar kan tillgängliggöra innehåll från Sveriges Radio via ett så kallat öppet API (programmeringsgränssnitt). Vår grundprincip är att göra det enkelt för andra att länka direkt till t.ex. enskilda ljudklipp, programavsnitt och direktsändningar på våra egna digitala plattformar.



# 5. Opartiskhet

Sveriges Radios innehåll ska vara opartiskt. Vi tar inte ställning utan strävar efter att ge publiken en bred, mångsidig och nyanserad bild samtidigt som vi värnar det demokratiska statsskickets grundidéer och alla människors lika värde.

Att innehållet är opartiskt är grunden för Sveriges Radios trovärdighet och kvalitet.

1. Opartiskhet
2. Balans
3. Det demokratiska statsskickets grunder
4. Allsidighet och bemötande
5. Genmäle
6. Serier av inslag och program
7. Partsinlagor
8. Medverkandes åsikter
9. Paneler
10. Medarbetares åsikter
11. Kommentarer, krönikor, kåserier
12. Recensioner och konsumentupplysning
13. Politisk bevakning
14. Lokala och regionala partier samt småpartier
15. Antidemokratiska partier och rörelser
16. Benämningar och epitet
17. Sport
18. Satir och humor
19. Dokumentärer
20. Drama
21. Livsåskådning
22. Fredstida kriser, höjd beredskap och Sveriges säkerhet

## 5:1 Opartiskhet

Att vi är opartiska betyder att vi inte tar ställning utan att vi låter väsentliga och relevanta åsikter och fakta komma fram samt ställer relevanta och undersökande frågor. Varje ämne eller fråga behandlas så allsidigt och balanserat som möjligt. Efter att ha tagit del av vårt utbud ska publiken vara så välinformerad att den själv kan ta ställning i olika frågor.

Opartiskhetskravet gäller allt vi publicerar, alltså inte enbart inslag eller ljudklipp. Formuleringar i rubriker och texter samt bildval på digitala plattformar måste också leva upp till kraven på opartiskhet och balans. Kravet på opartiskhet gäller även det vi publicerar på företagets sociala medier-konton och hur vi för dialog där.

## 5:2 Balans

Att eftersträva balans innebär att vi ska se till att skildra och rapportera frågor ur flera olika relevanta perspektiv och med korrekta uppgifter. Olika infallsvinklar på ämnet ska höras över tid, inte nödvändigtvis alltid i samma inslag och program, och berörda parter ska erbjudas att ge sin syn på frågan. Allvarlig kritik mot en utpekad part ska dock som regel alltid bemötas i samma publicering.

I komplexa och omfattande frågor är det inte alltid möjligt att ge en allsidig belysning och balansera samtliga uppgifter i till exempel ett enskilt inslag. Över tid ska dock balans uppnås i samma program eller programserie. Om det är möjligt ska vi hänvisa till kommande rapportering där fler perspektiv på samma fråga kommer att tas upp.

Ett inslag eller en debatt där två parter har olika uppfattningar ger inte per automatik publiken hela bilden av ett ämne. Båda parter kan ha intresse av att ämnet avgränsas till en enkel konflikt. Det är vår uppgift att tillföra relevanta fakta, ställa kritiska frågor till båda parter och sätta in det som debatteras i ett större sammanhang för att publiken ska kunna bilda sig en egen uppfattning.

Att en debatt eller ett nyhetsinslag baseras på två eller flera parter med olika uppfattningar ger heller inte per automatik balans. Tvärtom kan vi göra oss skyldiga till så kallad falsk balans. Ett exempel kan vara om vi ger samma utrymme till en part som enbart uttrycker sina åsikter

utan konkret vetenskapligt eller faktabaserat stöd – som till en annan part vars utsagor bygger på vetenskapliga rön eller fakta. Vi ska vara noga med vad som är fakta respektive vad som är åsikter.

## 5:3 Det demokratiska statsskickets grundidéer

Enligt den så kallade demokratiparagrafen som finns i public servicelagen ska vi i vårt utbud som helhet värna principen om alla människors lika värde. Vi ska också värna det demokratiska statsskickets grundidéer som är fri åsiktsbildning, allmän och lika rösträtt samt fria och hemliga val. Dessa grundläggande principer och idéer ska alltså vara utgångspunkten i vår journalistik.

Paragrafen innebär att medarbetare har en skyldighet att i sändningar och publiceringar ta avstånd från eller bemöta uttalanden som strider mot det demokratiska statsskickets grundidéer och principerna om alla människors lika värde. Det kan till exempel gälla rasistiska uttalanden, uppenbart nedsättande uttalanden om en viss grupp eller uttalanden mot jämställdhet mellan könen. På samma sätt ska vi ta avstånd från eller bemöta antidemokratiska uttalanden och uttalanden som förespråkar våld, brutalitet och diskriminering.

Vid en intervju med en person vars uttalanden kan riskera att komma i konflikt med demokratiparagrafen kan det vara nödvändigt att banda intervjun i förväg.

I direktsändningssituationer kan det vara svårt att avgöra och agera när en person i sin argumentation går från att uttrycka mer eller mindre extrema åsikter till att framföra uttalanden och påståenden som direkt strider mot demokratiparagrafen. Det ställer krav på att vi är väl förberedda i sådana sändningssituationer. Vi måste också vara beredda på att snabbt kunna ta ställning till om något behöver bemötas i anslutning till ett uttalande som strider mot paragrafen.

Demokratiparagrafen hindrar inte att vi granskar och skildrar personer eller rörelser med uppfattningar som strider mot den. Även skildringar av antidemokratiska uppfattningar och företeelser ryms inom demokratin. Men det ställer krav på att vi gör vårt granskande och förklarande jobb.

Vår skyldighet att försvara de demokratiska grundidéerna och principen om alla människors lika värde innebär heller inte att vi kan ta ställning för eller gå till angrepp mot enskilda individer eller partier, rörelser eller andra grupper med hänvisning till de åsikter de framför.

Demokratiparagrafen omfattar bara Sveriges Radios verksamhet. Som medarbetare kan du alltså inte åberopa bestämmelsen för att i privata sammanhang ta ställning för eller mot vissa åsikter, enskilda personer eller grupper. I kapitel 9 finns regler om vad du som medarbetare behöver tänka på gällande trovärdighet och opartiskhet i relation till politiska eller ideella engagemang och offentliga ställningstaganden.

## 5:4 Allsidighet och bemötande

Enskilda individer, företag, organisationer eller andra aktörer som utsätts för kritik i en publicering ska ges utrymme för ett bemötande i samma publicering. Det gäller även direktsändningar. Om den part som kritiseras inte finns med i programmet eller podden kan programledaren hantera kritiken genom att redovisa den frånvarande partens inställning.

Det ska alltid framgå om en berörd part har avböjt att kommentera eller om vi trots ansträngningar inte har lyckats nå den som kritiseras. Förutom att ge samtliga parter utrymme att kommentera är det också viktigt att se till den samlade balansen i rapporteringen.

Externa medverkande har friheten att uttrycka starka åsikter om exempelvis makthavare och politiska partier såväl i Sverige som utomlands utan att det strider mot kravet på opartiskhet. Om den medverkande däremot fäller upprepade negativa omdömen och påståenden utan tydligt saklig grund kan programledaren behöva hantera detta genom att redovisa den frånvarande partens inställning.

Ett aktualitets- eller faktaprogram kan välja att bara lyfta fram en sida om det finns speciella journalistiska motiv. Väljer redaktionen att bara släppa fram en sida i en pågående debatt har reporter eller programledare ett särskilt stort ansvar för att se till att den andra sidans argument når publiken, till exempel genom att ställa kritiska motfrågor eller genom att redovisa vad en annan part tidigare har sagt. Det är också viktigt att se till att den andra sidans argument inte förvrängs av de

personer som hörs i våra program. I sådana fall måste en programledare eller reporter, alternativt någon annan företrädare för Sveriges Radio, korrigera och balansera uppgifterna.

Uppstår det oklarheter kring hur du som medarbetare bör hantera kritik mot en utpekad part ska du alltid kontakta ansvarig chef.

## 5:5 Genmäle

Vi ska också överväga om vi i efterhand ska ge en kritiserad part möjlighet till genmäle. Det kan exempelvis ske i intervju- eller telegramform, och det är Sveriges Radio som bestämmer formen.

Om en kritiserad part begär genmäle ska den begäran behandlas snabbt. Om vi går med på ett genmäle är principen att det ska publiceras så snart som möjligt i anslutning till den ursprungliga publiceringen på digitala plattformar eller i motsvarande sammanhang i linjära sändningar.

Publiceringsformer och mallar för utformning av ljud, text och bild förändras med jämna mellanrum. På intranätet finns därför en utförlig checklista för digitala publiceringar, bl.a. med aktuella och konkreta råd om hur genmälen bör utformas. Checklistan uppdateras löpande.

När det gäller rättelser eller genmälen i sociala medier-tjänster kan vi behöva ta hänsyn till tjänstens specifika förutsättningar för att rättelsen och/eller genmälet ska få så stor spridning som möjligt. Om ett inlägg som innehåller som saknar bemötande har fått spridning genom att det har delats ska det ursprungliga inlägget eller ljudet uppdateras med en rättelse eller ett genmäle. I sociala medier-tjänster där det inte är möjligt att dela på samma sätt kan vi istället behöva publicera ett nytt inlägg.

Om en begäran om genmäle avvisas finns särskilda regler för hur avslaget ska utformas, och det är ansvarig chef som ska formulera detta.

Genmäle är inte detsamma som rättelse (beriktigande). Vi har skyldighet att ge utrymme för rättelser om vi har haft felaktiga uppgifter i sak. Rättelser minskar inte vår trovärdighet utan ökar den.

## 5:6 Serier av publiceringar

Genom en serie publiceringar i samma ämne kan en redaktion också uppfylla kravet på opartiskhet över tid i en större fråga. Det förutsätter dock att det finns en begriplig och tydlig koppling mellan de olika publiceringarna så att publiken har en realistisk möjlighet att få en opartisk belysning av en fråga över tid. I sådana fall bör vi beskriva att publiceringen är en del i en längre serie genom att nämna det i påannonsering i linjära sändningar och i text på digitala plattformar.

Möjligheten att uppfylla kravet på opartiskhet i en serie över tid gäller dock inte om en part är särskilt utpekad. En utpekad part måste få bemöta kritik i varje enskild publicering eller sändning där utpekande sker i ljud, text eller bild. Det räcker alltså inte att den utpekade parten får komma till tals i en annan publicering eller sändning.

## 5:7 Partsinlagor

En stor del av journalistiken bygger på information från källor som kan ha ett egenintresse av att informationen publiceras. Metoder för att påverka journalistikens innehåll är en växande profession. Det ställer allt större krav på vår förmåga att bedöma om och när information från en viss källa är trovärdig och relevant, så att vi inte riskerar att agera megafon åt olika partsinlagor eller sprider vidare desinformation.

Vid den här typen av rapportering är det extra viktigt att beakta kravet på opartiskhet och alltså bereda plats för avvikande åsikter. Till exempel bör uppgifter från polis och åklagare kompletteras med kommentarer från försvarsadvokater.

Vår grundinställning är att vi själva genomför intervjuer och utfrågningar. Är alla rimliga metoder att få en egen intervju uttömda och det publicistiska värdet mycket stort kan vi i undantagsfall behöva använda skrivna kommentarer, inspelade och filmade intervjuer eller kommunikéer från andra medier, myndigheter, företag eller organisationer.

Ibland producerar aktörer sådant material som en service till medieföretagen, men det kan också vara en metod för att föra ut den egna versionen eller att undvika kontakter med Sveriges Radio eller andra medier.

Sedvanlig källkritik ska naturligtvis gälla detta material, och vi ska informera publiken om att vi krävt att få göra en egen intervju. Dessutom ska vi upplysa publiken om vem eller vilka som har producerat materialet.

Vi ska också vara vaksamma inför påverkansförsök från utomstående aktörer. Innan vi publicerar information från externa källor ska vi värdera innehållet utifrån möjligheten att det finns ett syfte att påverka journalistiken.

Inte sällan erbjuder externa aktörer nyhetsmedier rätt att få publicera exempelvis resultat från undersökningar eller uppgifter ur rapporter aktören varit med om att ta fram eller finansiera. Vi bör dock betrakta även detta som partsinlagor eller en som en metod för en aktör att marknadsföra sina produkter eller tjänster. Det är heller inte bara i nyhetsförmedling vi ska vara vaksamma på detta, utan även i mer underhållande sammanhang. Det gäller även om vi vill citera eller fånga upp den här typen av resultat och uppgifter efter att något annat nyhetsmedium publicerat dem.

## 5:8 Medverkandes åsikter

En viktig del i vårt uppdrag är att låta många olika röster göra sig hörda. I det ingår att intervjupersoner i exempelvis direktsändning uttrycker en personlig åsikt i en kontroversiell fråga. Då måste programledaren se till att den som intervjuas inte ges möjlighet att förvränga argument från motståndare som inte deltar i sändningen. Det är också programledarens uppgift att framföra en frånvarande motståndares bästa argument om programledaren känner till det.

Tänk på att vi ska presentera de medverkande i våra publiceringar på ett sådant sätt att det blir tydligt för publiken om en person representerar en organisation, ett parti eller på något annat sätt företräder ett särintresse i den fråga som personen kommenterar.

Uppgifter en medverkande lämnar ska kunna ifrågasättas och kritiskt ställda frågor ska prioriteras. Programledare eller reportrar kan behöva förtydliga påståenden för att publiken ska kunna bedöma vad som är faktauppgifter och vad som är personliga åsikter i det som de medverkande säger.

Vi måste också ta ställning till om någon bör ges utrymme att bemöta de sakuppgifter eller de åsikter som en intervjuad framför för att se till att ett ämne blir allsidigt belyst. Det ska då ske så snabbt som möjligt.

Varje redaktion har skyldighet att se till att inte endast en person får möjlighet att uttrycka en personlig åsikt utan att så pass många personer släpps fram att publiken får en mångsidig belysning av frågan.

Programledaren har skyldighet att direkt bemöta eller på annat sätt ta avstånd från antidemokratiska eller diskriminerande åsikter som framförs.

## 5:9 Paneler

Ibland kan det vara befogat att låta en panel av bedömare eller en publikgrupp ge sin syn på en fråga. Syftet med en paneldiskussion ska vara att få flera infallsvinklar och synsätt på ett visst ämne och på så sätt hjälpa lyssnaren att bilda sig en egen uppfattning i frågan.

Tänk på att vi ska presentera de medverkande i panelerna på ett sådant sätt att det blir tydligt för publiken om en paneldeltagare representerar en organisation, ett parti eller på annat sätt företräder ett särintresse i den fråga som ska diskuteras.

Om panelen framför kritik mot en utpekad part som inte är representerad i panelen ska programledaren lyfta fram den icke närvarande partens inställning i frågan. Det är också programledarens uppgift att se till att paneldiskussionen inte blir alltför ensidig. Det kan till exempel göras genom att ställa kritiska frågor, tillföra fakta och sätta in ämnet som diskuteras i ett större sammanhang.

Vad som är ett relevant urval av deltagare vid sammansättningen av en panel bör utgå ifrån det ämne som ska diskuteras för att ge en allsidig belysning och så många olika perspektiv som möjligt. Detta är särskilt viktigt att tänka på i produktioner av program och poddar som har mer eller mindre fasta paneler som återkommande inslag.

## 5:10 Medarbetares åsikter

Medarbetare ska inte uttrycka sina egna uppfattningar eller värderingar i kontroversiella frågor i våra publiceringar. Det kan strida mot kravet på opartiskhet. Att vi ska vara opartiska behöver inte betyda att vi blir passiva eller okritiska – tvärtom är det en programledares eller reporters uppgift att genom undersökande och kritiska frågor se till att ett ämne blir tydligt och allsidigt belyst. Detta gäller alla ämnen och frågeställningar, även de som kan uppfattas som okontroversiella och ha ett vällovligt syfte.

Programmedarbetare kan vara personliga utan att ta ställning i kontroversiella frågor. Valet av form, tilltal och graden av personlighet i uttryckssättet är ett redaktionellt beslut och omfattas av chefens/utgivarens ansvar.

Medarbetare ska inte delta i debatter i våra egna sändningar eller publiceringar. Det gäller oavsett om deltagandet skulle ske i den kanal de vanligtvis förekommer eller i andra sammanhang. Det beror på att de inte kan vara en part eller ta ställning i en kontroversiell eller politisk fråga. Det kan strida mot kravet på opartiskhet.

Om en medverkande uttalar sig i någon av våra publiceringar på ett sätt som strider mot demokratiparagrafen, exempelvis uppenbart kränkande mot en grupp människor, finns en skyldighet för medarbetare att bemöta och ta avstånd från det specifika uttalandet. Det anses vara ett undantag från kravet på opartiskhet i sändningar och publiceringar, och ska göras i direkt anslutning till där uttalandet publiceras, oavsett om det är ljud eller text.

Medarbetare som i tjänsten arbetar med publicering och dialog i Sveriges Radios sociala medier-konton ska följa företagets programregler och de regler som gäller den publicistiska verksamheten i övrigt.

Medarbetare som i offentliga sammanhang har tagit ställning i en fråga får inte delta i bevakningen av den i sitt arbete. Detta gäller även om ställningstagandet skett utanför arbetstid och i privatlivet. Med offentliga sammanhang menas till exempel sociala medier, bloggar, insändare, debattartiklar, intervjuer och demonstrationer. I sådana sammanhang är alltså medarbetare skyldiga att avhålla sig från sådant som

kan medföra att deras trovärdighet i tjänsten eller Sveriges Radios opartiskhet kan ifrågasättas. Detta gäller särskilt på det politiska området.

Valår gäller särskilda riktlinjer för medarbetare som har tagit ställning i en valfråga.

## 5:11 Kommentarer, krönikor och kåserier

Det har blivit allt vanligare att vi fördjupar och förklarar nyheter i form av kommentarer från särskilda kommentatorer eller andra medarbetare med specialistkunskaper i det ämne som tas upp. En kommentar i ett nyhets-, samhälls- eller kulturprogram ska ge publiken en analys av ett skeende eller en händelse samt tillföra fakta och sätta in saken i ett större sammanhang. Kommentaren ska inte innehålla några egna personliga ställningstaganden.

Krönikor och kåserier har också en naturlig plats i Sveriges Radios utbud. Till skillnad från kommentarer kan krönikor och kåserier innehålla egna personliga ställningstaganden. Ifall det är fråga om en krönika eller ett kåseri ska det tydligt framgå av presentationen, exempelvis genom en påannons eller jingel.

Ur opartiskhetsperspektiv finns två olika former av krönikor och kåserier: dels de som egna medarbetare står för, dels de som görs av externa personer. För båda dessa typer gäller att Sveriges Radio ska stimulera till debatt i olika frågor som berör publiken. Det ligger därför i sakens natur att det i dessa typer av inslag måste finnas ett visst utrymme för personliga värderingar.

Anställda som gör krönikor har en viss möjlighet att göra värderande uttalanden, men kravet på opartiskhet gäller fullt ut. Externa krönikörer och kåsörer har större frihet när det gäller hur de uttrycker sig i våra publiceringar än vad företrädare för Sveriges Radio har. Men även i krönikor som görs av utomstående medverkande kan exempelvis frågan om bemötande aktualiseras om det framförs allvarlig kritik mot en utpekad part.

En ansvarig chef, ansvarig utgivare eller arbetsledare kan alltid välja att inte publicera en krönika eller ett kåseri. Detta gäller även krönikor

och kåserier levererade på kontrakt av uppdragstagare, och det bör alltid framgå av kontrakten.

Vid valet av olika krönikörer är det också viktigt att försöka åstadkomma en så stor bredd som möjligt vad gäller kompetenser, åsikter, erfarenheter och perspektiv.

## 5:12 Recensioner och konsumentupplysning

Recensioner och kritik av till exempel böcker, musik och teater är i grunden uttryck för åsikter, och Sveriges Radio-medarbetare har då rätt att ge uttryck för sina personliga åsikter. I recensioner får omdömen göras utan att den kritiserade ges utrymme för bemötande eller på annat sätt kommer till tals. Med tanke på vår genomslagskraft är det dock viktigt att recensioner görs på ett seriöst sätt och att värderande omdömen bygger på den expertkunskap som recensenten/kritikern har inom området/genren. Recensenten/kritikern ska ha kompetensen att vägleda lyssnaren genom att sätta verket i ett större sammanhang, inte bara fälla omdömen efter eget tycke och smak. Kontexten är särskilt viktig om verket som recenseras berör samhällsfrågor eller tar ställning i en kontroversiell fråga.

I sändningar och publiceringar ska det också framgå tydligt för publiken att inslaget är en recension och/eller att den är gjord av en professionell kritiker. Om programledare och recensent/kritiker gör recensionen i dialogform bör samtalet utformas på ett sådant sätt att den recenserande funktionen blir tydlig för lyssnaren. Recenserande verksamhet bedöms som regel ha ett informationsintresse vilket gör det möjligt att nämna namnet på en produkt flera gånger.

Även för konsumentjournalistiska program och inslag gäller att vi ska vara noggranna med att det konsumentupplysande syftet framgår tydligt för publiken. Program och inslag av den här typen bedöms också som regel ha ett informationsintresse vilket gör det möjligt att nämna namnet på en produkt flera gånger. I de fall en sändning eller publicering innehåller värderande omdömen om en produkt eller tjänst ställs mycket höga krav på saklighet.

I program som inte är recenserande eller konsumentupplysande ska inga värdeomdömen följa ett omnämnande.


Radio
13:41

## 5:13 Politisk bevakning

Vi ska sträva efter att ge en så allsidig bevakning som möjligt av politiska skeenden så att publiken kan bilda sig en egen uppfattning i aktuella samhällsfrågor. Vi har ett särskilt ansvar att ge väljarna/invånarna den allsidiga information de behöver för att ta ställning i viktiga samhällsfrågor, till exempel valfrågor.

Vår uppgift är att granska makten. Eftersom de politiska partier som styr i regering, riksdag, regioner och kommuner har större möjlighet att driva igenom sin politik, och därmed påverka invånarna, blir det ofta en övervikt för den styrande sidans förslag i våra nyhets-, aktualitets- och samhällsprogram. Vi ska därför sträva efter att, när det är nyhetsmässigt motiverat, bereda plats också för förslag från andra partier än de som har makten. Det gäller oavsett om utbudet riktar sig till en rikspridd eller lokal publik.

Det ställs höga krav på balansen i den politiska rapporteringen. Det gäller särskilt inför val till kommuner, regioner, riksdagen och EU-parlamentet samt vid kyrkoval och folkomröstningar. Inför val finns det ingen begränsning för politikers medverkan i nyhets-, aktualitets- och samhällsprogram, men redaktionerna ska vara särskilt uppmärksamma på balanskravet. Vi behöver även vara transparenta och berätta om en persons politiska uppdrag när en politiker medverkar som expert eller som case eller kommenterar nyheter.

I övriga programtyper, till exempel underhållning, sport och barnprogram, ska i princip inte politiker framträda som exempelvis experter, kåsörer eller kulturdebattörer under sex månader före ett val. Syftet är bl a att inte främja deras kandidatur. Ansvarig chef kan fatta beslut om undantag från denna regel.

Medarbetare eller uppdragstagare som offentligt har redovisat sin ståndpunkt i en valfråga får inte framträda eller ha arbetsuppgifter som påverkar innehållet i publiceringar som behandlar valfrågor i Sveriges Radio under sex månader före ett val eller en folkomröstning.

Medarbetare eller uppdragstagare ska inte medverka i, vara producenter för eller ha andra arbetsuppgifter som innebär att de påverkar innehållet i publiceringar om de samtidigt aktivt medverkar i ett poli-

tiskt parti. De får heller inte ha en framträdande roll i partikampanjer och liknande. Detta gäller alltid, alltså inte enbart under valår.

## 5:14 Lokala och regionala partier samt småpartier

Det svenska politiska landskapet har gradvis förändrats till att innehålla fler partier på såväl nationell som regional och lokal nivå. Variationen av sammansättningar av styrande koalitioner och samarbeten mellan oppositionspartier har ökat under lång tid kommuner och regioner. På många håll har lokalt eller regionalt inriktade partier växt fram och tagit plats i politiska församlingar. De här förändringarna ställer krav på att vi i våra inslag och andra publiceringar är generösa med bakgrund och fakta som hjälper lyssnaren att kunna sätta sig in i de politiska förhållanden som råder i en specifik kommun eller region. Det kan också kräva att vi kan motivera för publik och aktörer varför vi väljer att utforma paneler, debatter eller liknande inslag på olika vis i olika kommuner.

Det är ansvarig chef som avgör om ett parti ska få ha representanter med i traditionella valutfrågningar eller debattprogram. När det gäller traditionella valdebatter kan de partier som redan är representerade i valda församlingar ställa mer långtgående krav på medverkan än de partier som inte är det.

Småpartier och enfrågepartier ska bevakas när det är nyhetsmässigt eller på andra sätt motiverat oavsett om de återfinns internationellt, nationellt, regionalt eller lokalt. Vi ska alltså inte avstå från nyhetsmässigt motiverad bevakning med hänvisning till dessa partiers storlek eller budskap. Tidigare valresultat eller opinionsmätningar kan vara en utgångspunkt när vi bedömer vilka vi ska bevaka för att väljarna ska kunna ta ställning.

## 5:15 Antidemokratiska partier och rörelser

Partier, rörelser eller andra aktörer med antidemokratiska ideologier eller utgångspunkter som strider mot demokratiparagrafen, till exempel rasistiska, sexistiska eller homofobiska åsikter, ska bevakas när det är nyhetsmässigt motiverat, men deras storlek eller påverkansmöjligheter ska inte överdrivas.

Om någon i våra sändningar och publiceringar framför budskap som strider mot demokratiparagrafen ska vi – om ingen annan medverkande gör det – bemöta budskapet eller på annat sätt ta avstånd från det. I de flesta fall räcker det med normal, kritiskt granskande journalistik och kritiska frågeställningar. Om någon i en direktsändning skulle framföra åsikter som skulle kunna bedömas som yttrandefrihetsbrottet hets mot folkgrupp – då ska det i så fall bemötas direkt. *Den som har straffansvaret vid ett eventuellt yttrandefrihetsbrott är inte den som framfört åsikten utan ansvarig utgivare.*

I vissa fall kan den här typen av partier, rörelser etc formulera sina åsikter på ett sätt som gör det svårt för väljare och vår publik att förstå den antidemokratiska innebörden i ett budskap. I de fallen ställs extra höga krav på att vi förklarar på vilket sätt budskapen har en antidemokratisk innebörd och ger uttalandet en tydlig kontext. Det kan vara särskilt viktigt när rapporteringen handlar om förhållanden i ett annat land än Sverige eftersom vi kan anta att en stor del av vår publik inte har samma förkunskaper om förhållandena där.

## 5:16 Benämningar och epitet

Använder vi en beteckning eller kortfattad beskrivning av partier eller rörelser som de inte själva använder ska vi på publicistiska grunder kunna motivera och förklara vårt val av beteckning eller beskrivning. Ett sådant val bör grundas på en journalistisk, saklig analys av exempelvis partiprogram eller andra typer av budskap som partiet, rörelsen eller dess företrädare drivit. Det kan ibland också finnas skäl till att ansvarig utgivare fattar beslut om hur ett parti eller en rörelse ska betecknas och beskrivas.

## 5:17 Sport

I rapporteringen från inhemsk idrott är det särskilt viktigt att betona den opartiskhet som kännetecknar Sveriges Radio. Opartiskheten och den professionella analysen gäller även den lokala sport-rapporteringen.

I internationella sammanhang är det ofrånkomligt att ett av sportens grundelement – kampen mellan ”vi och dom” – spelar in. Det är utifrån publikperspektivet legitimt och relevant att glädjas med det egna laget, men Sveriges Radio får aldrig ägna sig åt ensidig patriotism utan vi måste i stället sträva efter att vara balanserade i vinklingarna och i den samlade bilden av de stora evenemangen.

I synnerhet vid större mästerskap, tävlingar och matcher är expertkommentarer som ger kunskap och fördjupning en viktig del i rapporteringen. Externa sportkommentatorer har större frihet när det gäller hur de kan uttrycka sig i sändningar och publiceringar än vad SR-anställda har, till exempel i analyser som handlar om deltagarnas prestationer.

## 5:18 Satir och humor

Man kan naturligtvis inte ställa strikta krav på opartiskhet och saklighet när det gäller satir- och humorprogram. Sveriges Radio har frihet att i satirens form behandla företeelser och händelser, men det måste alltid framgå, till exempel genom programmets presentation, utformning eller tilltal, att det rör sig om satir.

Om det råder tveksamhet inför en sändning och publicering bör alltid ansvarig chef/utgivare delta i diskussionen kring utformningen av inslag som kan uppfattas som kontroversiella av olika individer eller grupper i samhället.

## 5:19 Dokumentärer

I dokumentära format kan vi på ett djupgående sätt rekonstruera historiska förlopp och ge ny belysning åt aktuella företeelser och livsöden.

Dokumentära ljudformat bygger i många fall på ett snitt ur verkligheten skildrat genom ett mer eller mindre unikt perspektiv. Större sammanhang kan berättas genom enskilda personers erfarenheter och livsöden. Till skillnad från nyhetsbevakningen ger den dokumentära formen större frihet att skildra ett ämne från en speciell utgångspunkt, men vi kan för den skull inte helt bortse från kraven på opartiskhet och saklighet. Utgångspunkten för en dokumentär måste tydligt framgå

för publiken. Alla kritiserade parter måste få komma till tals, och de sakuppgifter som förekommer ska vara korrekta så långt de går att kontrollera.

Vad gäller publicitetsskador, dvs kränkande utpekande av enskilda individer, gäller samma regler för dokumentärer som för andra program.

## 5:20 Drama

När det gäller teaterpjäser och drama i ljudform ställs lägre krav på opartiskhet och saklighet med hänvisning till författarnas eller dramatikernas yttrandefrihet. Men vi kan inte helt bortse från kraven på opartiskhet och saklighet. Ju närmare en teaterpjäs eller ett ljuddrama står verkligheten, desto striktare måste vi följa de publicistiska reglerna och kraven i public service-uppdraget.

I dramatiseringar som bygger på verkliga händelser kan vi skildra ett ämne från en speciell utgångspunkt. Men då måste den utgångspunkten klart framgå för publiken. Alla kritiserade parter måste få komma till tals, och de sakuppgifter som förekommer ska vara korrekta så långt de går att kontrollera.

När det gäller andra bestämmelser, till exempel publicitetsskador för enskilda utpekade individer, gäller samma regler för teaterpjäser och ljuddraman som för andra program.

## 5:21 Livsåskådning

I vårt så kallade speglingsuppdrag ligger också att spegla den religiösa mångfald som präglar Sverige, och det ska höras i de reflekterande programmen och i de program som handlar om religion och tro.

Kravet på opartiskhet gäller inte själva förkunnelsen av en tro. För exempelvis de gudstjänster som vi sänder i radio gäller vidsträckt yttrandefrihet, men med hänsyn till den religiösa förkunnelsens suggestionskraft och auktoritet ska förkunnelsen inte innehålla parts- eller personangrepp eller uttalanden av partipolitisk karaktär. Ansvarig producent måste alltid upplysa utomstående medverkande om detta.

Vi kan inte erbjuda genmäle när det gäller själva förkunnelsen av tro, men i reflekterande program där aktuella frågor behandlas ska reglerna om bl a opartiskhet och saklighet följas.

## 5:22 Fredstida kriser, höjd beredskap och Sveriges säkerhet

Sveriges Radio har en omfattande beredskapsplanering för att säkerställa att vi kan utföra vårt uppdrag såväl under fredstida kriser som när regeringen beslutat om höjd beredskap för att stärka Sveriges möjligheter att försvara sig.

Sveriges Radios beredskapsuppdrag regleras i public service-uppdraget och innebär att vi vid en kris i fredstid, dvs vid en större händelse som har påverkan på samhällsfunktioner eller vid höjd beredskap, ska informera invånarna i Sverige så att de har förutsättningar att agera på bästa sätt, till exempel genom att rädda sig själva eller andra eller rädda sin egendom.

Det innebär i praktiken att Sveriges Radio ska fortsätta med sin verksamhet oavsett vad som händer i Sverige eller i vår omvärld. Det innebär också att P4 med de lokala kanalerna är landets beredskapskanal som alltid måste fungera. Det är dit invånarna i Sverige ska vända sig för att få veta hur de bör agera. I uppdraget ligger att dels sända viktiga meddelanden till allmänheten (VMA), dels fortsätta att granska samhällets funktioner inom ramen för våra nyheter och program.

När det råder högsta beredskap i Sverige är Sveriges Radio en självständig organisation med totalförsvarsuppgifter.

I public service-uppdraget står att Sveriges Radio ska lyda under regeringen vid högsta beredskap, men samtidigt att denna paragraf i uppdraget inte påverkar SR:s redaktionella självständighet. Det innebär alltså att yttrandefrihetsgrundlagens bestämmelser om förbud mot censur, den redaktionella självständigheten och utgivaransvar fortsätter gälla vid högsta beredskap. Det är – oavsett beredskapsnivå – alltid ansvarig utgivare som bestämmer över vad som ska sändas.

Det kan däremot komma att ställas speciella krav på en redaktion, exempelvis att avstå från rapportering som kan påverka Sveriges säkerhet enligt vad som står i yttrandefrihetsgrundlagen och tryckfri-

hetsförordningen. Samtidigt ställs i dessa lägen stora krav på oss att ge publiken en så bred och allsidig bevakning och granskning som möjligt. I lägen som dessa är det ansvarig chef/ansvarig utgivare som i samråd med Sveriges Radios ledning avgör om vi ska avstå från att publicera.

Några av de brott som räknas som yttrandefrihetsbrott kan enbart aktualiseras i krigstid. Det gäller till exempel landsförräderi och ryktesspridning till fara för rikets säkerhet.

Yttrandefrihetsgrundlagen och tryckfrihetsförordningen gäller för alla medier, både public service och kommersiella medier. I dessa grundlagar finns även begränsningar som en ansvarig utgivare alltid måste förhålla sig till, oavsett om det är fred, kris eller krig. Är du osäker så kontakta ansvarig utgivare som också kan rådgöra med företagets jurister.



# 6. Sveriges Radio är korrekt och sakligt

Fakta som vi presenterar ska vara korrekta. Det ansvaret ligger på alla medarbetare.

Självklart kan det ibland vara befogat att rapportera om händelser även om vi inte till hundra procent vet att de är sanna. I sådana fall ska det tydligt framgå att vi är osäkra, till exempel genom att vi uttryckligen anger källan till de uppgifter vi inte har kunnat kontrollera själva.

Om en uppgift visar sig vara fel ska den rättas så snart som möjligt. Rättelser minskar inte vår trovärdighet utan ökar den.

Tänk på att desinformation sprids snabbt och planerat. Vårt svar är källkritik och öppna redovisningar. När vi inte kan bekräfta en uppgift säger vi det och berättar hur vi gått till väga för att bekräfta den.

1. Källkritik
2. Referat, citat och kreddning
3. Tillbakavisande av felaktigheter och lögner
4. Bildurval och bildbehandling
5. Rättelse och förtydligande
6. Spekulationer om brott
7. Statistik, opinionsmätningar och enkäter
8. Pressmeddelanden och färdigproducerat material
9. Rekonstruktioner
10. Arkivmaterial och tidigare publicerat material
11. Förinspelade program och repriser

## 6:1 Källkritik och desinformation

Vi ska vara noggranna med att kontrollera och verifiera våra källor.

När vi bygger innehållet på anonyma källor bör vi ha minst två av varandra oberoende källor. Förstahandskällor väger tyngst. Sök originaldokument, rådata och förstahandsvittnen före publicering. Om en uppgift bara återges av andrahandskällor ska vi berätta det och beskriv hur vi har försökt bekräfta uppgifterna.

I den mån det är möjligt ska vi själva kontrollera uppgifter från andra medier innan vi sprider dem vidare. Detta gäller både svenska och internationella medier och nyhetsbyråer.

Vi måste kontrollera fakta som förs vidare från tidigare sändningar och publiceringar till nytt innehåll för att veta att uppgifterna är korrekta innan de används på nytt. Samma sak gäller när vi återpublicerar olika typer av innehåll.

Vi ska också vara vaksamma inför påverkansförsök från utomstående aktörer. Innan vi publicerar information från externa källor ska vi värdera innehållet utifrån risken att någon som står bakom informationen kan vilja påverka journalistiken och i förlängningen publikens uppfattningar i en fråga.

Det kan i vissa fall finnas skäl att lägga till upplysningar intill gamla publiceringar av program eller inslag som ligger på våra digitala plattformar för att göra publiken uppmärksam på att det finns nya viktiga

fakta som gjort uppgifter i den gamla publiceringen inaktuella. Sådana beslut tas av ansvarig utgivare. Tänk på att tillägg till äldre digitala publiceringar där man tillför nya uppgifter kan innebära att de kan anmälas på nytt.

Gamla publiceringar där uppgifter inte längre stämmer utgör också en risk på så sätt att de kan användas av utomstående för desinformation eller oavsiktlig spridning av felaktiga fakta. Om sakuppgifter och fakta har förändrats ska vi därför lägga in upplysningar i den gamla publiceringen och länka vidare till nyare publiceringar med aktuella uppdaterade uppgifter i frågan. När vi lägger till sådana upplysningar i gamla publiceringar ska vi vara noga med att ange vad som ändrats och när det gjordes.

Alla basfakta i våra publiceringar ska alltid dubbelkollas. Slarv med fakta som till exempel datum, namn eller titlar är onödiga fel som sänker trovärdigheten i innehållet.

Det är inte bara faktauppgifter som ska vara korrekta. Även uttalanden som återges i andra hand måste stämmas av med flera av varandra oberoende källor.

Vi måste vara extra uppmärksamma när information hämtas från internet och sociala medier. Den fakta vi använder måste komma från en pålitlig avsändare och vi behöver hantera informationen på sedvanligt källkritiskt sätt. Det innebär till exempel att vi hanterar sociala medier och bloggar som vilken informationskälla som helst. Material från sådana källor måste vi alltid verifiera på flera sätt och säkerställa att det är äkta och korrekt innan vi använder. När det gäller bilder bör vi till exempel gör en så kallad ”omvänd bildsökning” för att ta reda på bildens ursprung, kontrollera metadata när det är möjligt samt jämföra bildens innehåll med till exempel andra bilder från samma plats eller händelse, eller kontrollera uppgifter om vädret på platsen vid den tidpunkt bilden ska ha tagits. Är tiden och platsen oklar ska vi inte presentera något som fakta. Vi ska heller inte spela upp ljud- eller videoklipp från internet utan att ha kontrollerat och granskat materialet redaktionellt och tekniskt. När vi analyserar ett sådant innehåll är det lämpligt att lyssna och/eller titta efter exempelvis mixar och oväntade klipp som verkar märkliga, och om det är möjligt jämföra innehållet med andra klipp eller uppgifter eller vittnesmål från samma händelse.

Vid interaktivitet med publiken måste vi också vara uppmärksamma på att de personer som hör av sig till oss via exempelvis telefon, sms, e-post eller sociala medier kanske inte är de som de utger sig för att vara, och vi måste göra en källkritisk granskning och bedömning av deras uppgifter.

## 6:2 Referat, citat och kreddning

Om vi i sändning eller publicering återger vad någon har sagt eller skrivit måste vi vara noga med om vi refererar eller citerar.

I ett referat kan vi sammanfatta vad någon uttalat eller sagt, men det ställer höga krav på att vi ger en rimlig bild av vad som sagts. Ett citat ska vi återge ordagrant, och vi måste tydligt markera var citatet börjar och slutar – det gäller oavsett om vi återger citatet i ljud- eller textform.

I båda fallen gäller att vi är noga med att beskriva sammanhanget där det vi refererar eller citerar har sagts eller skrivits och att vi ger tillräckliga bakgrundsfakta för att den som lyssnar eller läser själv ska kunna bilda sig en uppfattning om det vi tar upp i sändningen eller publiceringen.

Sveriges Radio har överenskommelser med ett flertal kommersiella nyhetsmedieföretag om ömsesidig kreddning vilket innebär att vi kan hänvisa till varandras material i publiceringar och sändningar. Grundprincipen är att vi alltid ska vara generösa med att kredda, och när vi citerar nyheter eller vidareutvecklar andras nyheter ska vi tydligt ange den ursprungliga källan. Där det är möjligt på våra digitala plattformar ska vi skapa en direktlänk från vår text till artikeln vi citerar från. Har vi tagit fram en egen nyhet som bygger på någon annans nyhet ska vi kredda originalkällan genom att exempelvis säga ”först att berätta var …”.

Alla länkar till externa sajter ska öppnas i ett nytt fönster.

Genom att hänvisa till andra redaktioners publiceringar och ge dem kredd fråntar vi oss inte ansvaret för att vi sprider informationen vidare. Vi ska därför ha gjort bedömningen att det vi säger är sant. Vi ska i möjligaste mån undvika att citera andras nyheter utan att först ha kontrollerat att fakta stämmer.

Om det uppstår frågor kring länkning är det, precis som för alla andra beslut kring publiceringar, slutligen ansvarig chef/utgivare som bestämmer.

Det är viktigt att vi också kontrollerar att den redaktion eller den källa vi citerar eller hänvisar till inte har publicerat exempelvis namn eller andra känsliga uppgifter som vi själva valt att inte publicera. I sådana fall bör vi inte länka till originalkällan från våra egna digitala plattformar.

Vi ska vara mycket restriktiva med att nämna externa webbadresser i ljud och text, samt undvika att visa sådana i bild. Anledningen är att det kan strida mot kravet på opartiskhet eller bestämmelsen om att vi inte ska gynna någon part kommersiellt.

## 6:3 Tillbakavisande av felaktigheter och lögner i sändning

Om en medverkande i direktsändning kommer med en uppenbart felaktig eller osann uppgift ska programledaren eller reportern påpeka det, i första hand genom att redovisa tillgängliga belägg och fakta så att publiken själv kan bedöma sanningshalten. En annan metod är att ifrågasätta uppgifterna genom kritiska frågor.

Innan en direktsändning eller inspelning av en intervju eller debatt där vi bedömer att medverkande kan komma med osanna uppgifter är det bra att förbereda korta svar av typen ”Det stämmer inte enligt (källa eller namn)”. Se också till att ha nedskrivna bekräftade fakta i körscheman och liknande underlag för den programledare eller reporter som leder samtalet, och som kan behöva konfrontera en medverkande vars uppgifter vars inte är bekräftade eller konstaterats sakna stöd i fakta.

Även om det ställs lägre krav på saklighet på utomstående medverkande kan en uppgift som framförts av en tillfälligt medverkande behöva rättas i efterhand. Detta bedöms av publicistisk chef och är en bedömning från fall till fall.

## 6:4 Bildurval och bildbehandling

Samma publicistiska principer gäller för allt innehåll från Sveriges Radio. Publiken ska kunna lita på att det vi publicerar är korrekt och lyder under samma krav på relevans och begriplighet. Det gäller självklart


esradio

även bilder och illustrationer som vi publicerar på våra digitala plattformar eller på företagets konton i sociala medier. En bild väljs naturligtvis utifrån en ambition att locka till lyssning, men den valda bilden får aldrig riskera att vara vilseledande eller förvanska innebörden i ljudinnehållet eller publiceringen som helhet. Du kan läsa mer om riktlinjer för AI-genererade bilder i kapitel *20. AI i det redaktionella arbetet* i den här handboken. Vi ska alltid tydligt berätta när och om en bild har genererats, förstärkts eller redigerats med hjälp av AI-verktyg, och märka den på ett tydligt sätt för publiken.

Fotografier får inte behandlas så att de vilseleder eller lurar publiken, till exempel genom bildmontage eller retuschering. Om en fotografisk bild är förändrad genom montage eller retuschering i syfte att illustrera ett sammanhang, presentera ett tema i sändning etc ska vi alltid ange det i direkt anslutning till bilden. Montage och retuscheringar av denna typ bör också göras på ett så tydligt sätt att det framgår direkt för användaren. Tänk också på att vi måste vara säkra på att vi har rätt att bearbeta bilden. Tillstånd ges av rättighetsinnehavaren, ofta fotografen.

Publicera inte bilder som du misstänker är manipulerade eller ursprunget är oklart. Kontrollera källan och metadata till exempel tid och plats. Gör en omvänd bildsökning.

I vissa fall kan det vara relevant att publicera en bild som vi inte har tagit själva och som heller inte kommer från någon av de bildbyråer eller andra leverantörer vi anlitar. Vid sådana tillfällen behöver vi vara särskilt noggranna med att undersöka bildens ursprung och äkthet, utöver andra publicistiska bedömningar. Om ni tar del av externt material be om originalfilm för att kunna dokumentera tid och plats. Vi bör också vara försiktiga med att publicera känsligt, externt bildmaterial, till exempel ur förundersökningar.

## 6:5 Rättelse och förtydligande

Har vi haft fel i något som sänts och/eller publicerats i ljud, text, grafik eller bild ska vi så snabbt som möjligt publicera en rättelse.

Rättelsen ska publiceras på alla plattformar där den felaktiga uppgiften eller det missvisande inslaget förekommit. Det spelar ingen roll om det är vi själva som identifierat felet eller om det påtalats av någon

utomstående – har vi gjort fel ska det rättas till. Rättelser minskar inte vår trovärdighet utan ökar den.

Om någon utomstående kommer med en begäran om rättelse ska hanteringen ske snabbt. Om vi går med på en rättelse ska den sändas och/eller publiceras så snart det kan ske i ett för publiken naturligt sammanhang så att de som tog del av de ursprungliga uppgifterna har förutsättningar att också ta del av rättelsen.

Det räcker inte med att bara publicera eller sända rätt version. Det ska också göras en rättelse av de tidigare publiceringar som varit felaktiga eller missvisande. Det finns krav på hur en rättelse ska utformas: Ordet rättelse ska vara med och vi ska upplysa om när och var det felaktiga innehållet publicerades. Det ska också framgå tydligt för publiken vad som var fel eller saknades i tidigare rapportering. Dessutom ska rättelsen innehålla de korrekta uppgifterna eller de uppgifter som tidigare saknats.

På digitala plattformar, sverigesradio.se, appen och på sociala medier publicerar vi rättelser precis som i FM. Det ska då framgå när publiceringen är rättad på grund av tidigare sakfel, vad som är fel samt vad som är korrekt.

Om felet sänts i linjär radio *måste* rättelsen alltid också sändas i radio – det räcker alltså inte med en rättelse på digitala plattformar. Om felet bara har förekommit i en publicering på någon av våra digitala plattformar eller i sociala medier räcker det med att publicera en rättelse på det ställe felet uppstått. På intranätet P0 kan du alltid hitta mer detaljerade riktlinjer för rättelser i checklistan för digitala publiceringar.

Om felaktiga uppgifter som ursprungligen kommer från våra sändningar eller digitala publiceringar även spridits via våra konton i sociala medier är det också befogat att sprida rättelsen via samma konton. Kom ihåg att alltid visa tydligt vad vi ändrat och när.

Ibland kanske vi har uttryckt oss otydligt utan att vi har haft direkt fel men lett till att framställningen blivit missvisande. I dessa fall kan vi göra ett förtydligande. Principen är att förtydliganden ska göras så snabbt som möjligt och i så nära anslutning till programmen och publiceringarna som möjligt. Förtydliganden minskar inte vår trovärdighet utan ökar den.

Har en publicering blivit fel eller missvisande på grund av att en uppgift utelämnats av misstag ska vi allt publicera en rättelse – ett förtydligande räcker inte i sådana fall.

## 6:6 Spekulationer om brott

Vi föregriper inte domstolsbeslut i en rättsprocess genom att spekulera i skuld eller oskuld eller eventuell påföljd. Detta gäller även om mycket tyder på att en viss person begått ett brott, till exempel genom att ha gripits på platsen. Var noga med att vara tydlig med att skilja på misstanke, åtal och dom i rapporteringen.

Vi bör vara försiktiga med att värdera bevisning som exempelvis tung, graverande eller svag. Tillfrågade experter eller parterna i en rättsprocess kan däremot tillåtas värdera bevisningen. Här måste vi dock tänka på de sedvanliga kraven på balans av olika uppfattningar.

## 6:7 Statistik, opinionsmätningar och enkäter

Rapportering kring statistik kan lätt bli fel. Vi ska vara försiktiga med att dra slutsatser utifrån statistik som kan tolkas på mer än ett sätt.

Använder vi ett statistiskt underlag ska vi alltid redovisa källan så att publiken själv kan kontrollera de fakta vi redovisar.

Vi ska också sätta in statistik och risker i ett sammanhang för att ge en så rättvisande bild som möjligt.

Vi bör vara mycket restriktiva med att använda oss av uppgifter och påståenden om sakförhållanden utifrån externa undersökningar och enkäter. Vi bör alltid ställa oss källkritiska frågor om vem som ligger bakom en viss undersökning eller enkät – i många fall kan det vara ett företag eller en organisation som kan ha intresse av påverka opinionen i en viss riktning eller att öka intresset för vissa produkter eller tjänster. Vi bör också vara försiktiga med att anamma och okritiskt använda verklighetsbeskrivningar från externa undersökningar, till exempel påståenden om trender eller vissa grupper i samhället. Denna försiktighet gäller även i ”lättare” inslag eller samtal i våra program, poddar eller publiceringar.

### Granskning av opinionsmätningar

Opinionsmätningar ska granskas innan vi rapporterar om dem.

Vi ska förhålla oss kritiska till mätmetoderna och vara observanta på att frågor kan ha manipulerats för att olika parter ska få ut det budskap som passar dem.

Här följer några kontrollfrågor som kan hjälpa oss innan vi publicerar opinionsmätningar beställda av andra än Sveriges Radios redaktioner. Kontrollfrågorna är också en bra utgångspunkt om vi själva vill göra egna enkäter eller beställa egna opinionsundersökningar.

#### a) Är urvalet slumpmässigt?

Vi bevakar undersökningar som genomförs med slumpmässigt urval (sannolikhetsurval). Fördelen med ett slumpmässigt urval är att det har en vetenskaplig underbyggnad och att man kan beräkna till exempel felmarginal och bortfall.

När det gäller så kallade webbpaneler – en grupp intervjupersoner som i förväg sagt att de är beredda att svara på mejlfrågor – nyhetsbevakar vi bara de webbpaneler som rekryterats slumpmässigt.

Vi bevakar normalt inte undersökningar med självrekryterad webbpanel, det vill säga undersökningar där intervjupersonen inte väljs slumpmässigt utan aktivt kan söka sig till panelen. Orsaken är att den här typen av undersökningar riskerar få ett skevt urval och därmed ett missvisande resultat, och metoden saknar vetenskaplig underbyggnad.

#### b) Har tillräckligt många svarat?

För en undersökning som har ambitionen att svara på vad svenska folket eller andra stora grupper tycker begär vi normalt 1 000 svarande. Det är en tumregel som redan uppfylls av de allra flesta undersökningar som når oss. Men vi kan dock göra undantag för en i övrigt professionellt utförd och välgjord undersökning. Det beslutet ska i så fall fattas av ansvarig chef.

Gränsen på minst 1 000 tillfrågade gäller självklart inte vid undersökningar om vad en mindre grupp tycker, till exempel alla 349 riksdagsledamöter.

c) Har tillräckligt många av de tillfrågade ställt upp?

Allt färre personer vill svara på enkäter och svarsfrekvenserna sjunker. Men kvaliteten kan hjälpas upp om det finns en bortfalls-analys (en redovisning av vilka som inte svarat och hur det kan ha påverkat undersökningen) och om undersökningen gjorts flera gånger tidigare med samma metod.

När det som nämns ovan saknas: se en svarsfrekvens under 40 procent som en varningssignal. Be gärna någon med vana vid opinionsundersökningar att bedöma undersökningen. Se till att svarsfrekvensen tydligt framgår av våra publiceringar på olika plattformar.

d) Är förändringarna statistiskt säkerställda?

Här handlar det om felmarginalen. Vi behöver känna till vilka förändringar som är statistiskt säkerställda innan vi publicerar. Det gäller förstås upp- och nedgångar för ett enskilt parti. Men tänk på att det finns felmarginaler även i andra situationer, till exempel när man ska avgöra om ett parti ligger under eller över 4-procentsspärren till riksdagen, när man jämför vilket av två partier som har det största stödet och när man jämför om det är regeringspartierna eller oppositionen som leder. Ifall det inte framgår att resultaten är statistiskt säkerställda bör vi fråga den som utfört och/eller beställt undersökningen.

e) Kan vi lita på avsändaren?

Vi måste alltid känna till avsändaren, dvs vem som har beställt och betalat för undersökningen, och vem som därmed har intresse av att den publiceras.

Vi ska vara mycket restriktiva med enstaka opinionsmätningar från exempelvis företag, intresseorganisationer och fackföreningar eftersom det för det mesta handlar om lobbying eller propaganda. Syftet är normalt att visa att många håller med om en viss åsikt.

Passar inte resultaten publiceras aldrig mätningen. Politiska partier som beställare godkänner vi inte.

f) Är frågorna neutralt och vettigt ställda?

Det här är förstås särskilt viktigt när vi har anledning att tro att beställaren har som syfte att påverka. Det är svårt för en amatör att bedöma

om en fråga duger, och vid tveksamhet är det lämpligt att fråga en expert.

En tumregel är att frågorna ska vara begripliga, neutrala och sakna värderingar. Fundera också över om de handlar om något som de intervjuade rimligen vet något om.

Att ett etablerat opinionsinstitut utfört undersökningen är ingen garanti för bra frågor. Instituten ställer i stort sett de frågor kunden ber om.

Fundera även över svarsalternativen. Är alla rimliga, eller är de utformade så att den som svarar egentligen bara har något enstaka vettigt alternativ och på det sättet styrs mot ett visst svar?

Om avsändare eller undersökningsföretag inte vill besvara frågor om punkterna a-d ovan, är det ett tecken på att studien lider av avsevärda brister.

### Råd om mätningar av partisympatier

Det finns anledning att lägga särskild vikt vid SCB:s stora mätningar på grund av den strikta metoden och den stora mängden intervjuer.

Vi kan också rapportera om mätningar från andra etablerade opinionsinstitut om de uppfyller våra kvalitetskrav. Vi rapporterar inte om partisympatimätningar med självrekryterad webbpanel eftersom de inte uppfyller kravet på slumpmässigt urval.

Flera redaktioner drar ofta hårt på undersökningar som de själva betalat för. Nyhetsvärdera självständigt. När nyhetsvärdet inte är stort är det ofta ett bra alternativ att invänta den sammanställning av mätningar från flera opinionsinstitut som Ekot brukar beställa.

### Råd om ”hemmagjorda” enkäter

Ibland gör exempelvis intresseorganisationer, nyhetsredaktioner och andra som normalt inte jobbar med opinionsundersökningar egna enkäter. Det finns anledning att vara extra försiktig med dem. Titta på både svarsfrekvens och frågeformuleringar. Rådfråga gärna en expert.

Ett vanligt problem kan vara urvalet. Är det verkligen slumpmässigt? Svårigheten att uppnå slumpmässighet i ”hemmagjorda” enkäter underskattas ofta. Det spelar ingen roll hur många personer som tillfrågas,

till exempel i ett köpcenter eller på en järnvägsstation, det är ändå inget slumpmässigt urval. Detsamma gäller om man frågar rektorer på alla skolor man själv kan komma på eller cheferna för alla sjukhus man känner till.

### Råd om opinionsmätningar

*Vi ska redovisa* hur en undersökning som vi rapporterar om är gjord. Följande ska framgå av våra publiceringar:

- metod (telefon, slumpmässigt rekryterad webbpanel, brev eller besöksintervju)
- hur många intervjupersoner som har svarat
- svarsfrekvens
- intervjuperiod
- undersökningsföretag
- vem som beställt och/eller finansierat studien.

*Vi ska också redovisa* om de undersökningsresultat vi publicerar är statistiskt säkerställda eller ej.

*Vi ska inte publicera* om vi inte känner till metod, antal svarande, intervjuperiod och undersökningsföretag. Om undersökningens metod kritiserats offentligt av forskare eller andra experter bör detta ingå i rapporteringen. Liksom om den innehåller uppenbara brister.

*Undantag* från ovanstående krav på opinionsmätningar ska i varje enskilt fall beslutas av ansvarig chef.

Tänkbara argument för enskilda undantag kan exempelvis vara att undersökningen ingår i akademisk forskning eller att den ger information som är svår eller omöjlig att få på annat sätt. Ytterligare ett tänkbart argument för undantag är att undersökningen trots brister får stor påverkan, till exempel marknadspåverkan.

I nyhets- och aktualitetssammanhang är vi mycket restriktiva med publikomröstningar på våra egna plattformar eftersom de inte bygger på ett representativt urval. Att de inte är representativa måste betonas när resultatet presenteras. Om vi i undantagsfall presenterar sådana omröstningar måste vi understryka att det rör sig om resultat som inte är tillförlitliga.



Sveriges Radios Analysavdelning har stor erfarenhet av enkätundersökningar och kan konsulteras rörande olika studiers kvalitet och tillförlitlighet.

## 6:8 Pressmeddelanden och färdigproducerat material

Myndigheter, företag och organisationer ställer ibland skrivna kommentarer, inspelade och filmade intervjuer eller kommunikéer till redaktionernas förfogande. Sådant material ska betraktas som en partsinlaga eller påverkansmaterial. Kontrollera alltid fakta och ifrågasätt syfte före publicering eller användning.

Vår grundinställning är att vi själva ska genomföra intervjuer och utfrågningar. Om vi ska följa vårt uppdrag måste vi också ha frihet att ställa frågor till de aktuella personerna och kontrollera fakta.

Är alla rimliga metoder att få en egen intervju uttömda och det publicistiska värdet mycket stort kan det färdigproducerade materialet i mycket speciella fall användas.

Sedvanlig källkritisk granskning och bedömning från vår sida ska naturligtvis gälla för detta material, och publiken ska informeras om att vi krävt att få göra en egen intervju. Publiken ska också upplysas om vem eller vilka som har producerat materialet. Om vi citerar ur en skriftlig kommentar som skickats till en redaktion ska det tydligt framgå vad vi citerar, och citaten ska vara korrekt återgivna.

## 6:9 Rekonstruktioner

Ibland vill vi i våra program använda oss av till exempel skådespeleri för att tydliggöra en händelse som faktiskt har inträffat. Det kan vara av anonymitetsskäl eller för att innehållet blir tydligare med detta formgrepp. Används till exempel skådespeleri i våra publiceringar ska det framgå, om det inte riskerar att underlätta identifiering av anonyma källor.

Underlaget ska sparas som referens i minst sex månader. Det ska vid ett eventuellt yttrande till Granskningsnämnden eller vid en juridisk process vara möjligt att visa att vi har återgett uttalanden korrekt.

Däremot ska medarbetare som regel aldrig delta i fiktiva inslag i andra SR- program eller i andra medier (kan gälla till exempel drama,

humor, satir). Endast ansvarig chef kan godkänna sådan medverkan, men av trovärdighetsskäl förekommer sådana undantag ytterst sällan.

## 6:10 Arkivmaterial och tidigare publicerat material

Om vi i våra publiceringar återanvänder tidigare publicerat material ska vi tydligt markera detta så att det inte kan misstolkas. Arkivmaterial kan missbrukas som desinformation. Var därför tydlig med att ange när materialet är ifrån och också i vilket sammanhang det publicerats tidigare om det behövs.

Fakta som återpubliceras måste alltid kontrolleras. Vid publicering av tidigare insamlat eller inspelat material måste vi vara övertygade om att fakta och uttalanden fortfarande stämmer vid publicerings-tillfället.

Om en publicering tidigare har fällts eller kritiserats av Granskningsnämnden måste ansvarig chef kontaktas för att avgöra om det kan återpubliceras eller repriseras.

Sveriges Radio sänder ofta direkt. Vi ska aldrig vilseleda lyssnarna så att de tror att det rör sig om en direktsändning om det inte är det. Det gäller både hela program och enskilda inslag.

## 6:11 Förinspelade program, repriser och återpubliceringar

I de fall vi sänder inslag eller program som spelats in en tid i förväg eller som är en återpublicering digitalt kan det ibland vara nödvändigt att uppdatera eller helt göra om programmet.

Innehåll som i ett tidigare skede varit etiskt försvarbart att publicera kan flera år senare vara problematiskt att återpublicera. Sådana problem kan uppstå om det finns exempelvis integritetskränkande uppgifter för de som medverkar eller är omtalade i publiceringen.

Finns det risk för att publiceringen innehåller uppgifter som är felaktiga eller kan medföra publicitetsskada för personer som förekommer i innehållet ska en ny publicistisk bedömning alltid göras innan materialet återpubliceras.

Vi har ett gemensamt ansvar för att slå larm om händelseutvecklingen sedan programmet spelades in eller sändes första gången varit sådan att det är olämpligt att programmet sänds oförändrat. Ibland kan det dock vara nödvändigt att återpublicera med inaktuella uppgifter. I sådana fall ska förändringarna påpekas i på- eller avannons.

# 7. Sveriges Radio – hela Sveriges radio

Sveriges Radio ska granska, bevaka och skildra hela samhället. I såväl utbudet som helhet som i enskilda program och poddar ska vi eftersträva att ge publiken så många perspektiv, infallsvinklar och röster som möjligt. Vi ska vara vaksamma så att vi inte för vidare fördomar och stereotyper. Ambitionen är att alla i vårt land ska hitta något i vårt utbud som är relevant och intressant för dem.

1. Perspektiv i vinklar och val av medverkande
2. Geografisk spridning
3. Sociala och ekonomiska skillnader
4. Jämställdhet och alla människors lika värde
5. Bakgrund och erfarenhet från olika kultursfärer
6. Minoritetsspråk
7. Livsåskådning
8. Funktionsnedsättning och tillgänglighet
9. Sexuell läggning
10. Ålder

## 7:1 Perspektiv i vinklar och val av medverkande

I Sveriges Radios uppdrag ligger att ge utrymme åt en mångfald av åsikter och meningsyttringar. Det innebär inte bara att vi ska ha en bredd av medverkande med sinsemellan olika perspektiv på de ämnen vi tar upp. Vi ska också eftersträva en så stor bredd som möjligt när det gäller vilka frågor som bevakas.

Att Sveriges Radio ska spegla hela Sverige är centralt i företagets public service-uppdrag. Det innebär bland annat att vi har ett krav på oss att ha en bevakning av svagt bevakade områden – främst geografiskt och befolkningsmässigt, men det kan också gälla ämnen som är underbevakade. Därför måste vi ständigt söka nya infallsvinklar, perspektiv och åsikter i de ämnen vi bevakar. Vi behöver ha ständigt levande redaktionella diskussioner om vi riskerar att missa relevanta perspektiv och fakta i en fråga eller ett nyhetsförlopp, till följd av att exempelvis vissa förklaringsmodeller eller politiska synsätt kan vara mer dominerande än andra.

Vi ska vara vaksamma så att vi inte sprider fördomar och stereotyper vidare. En person som medverkar i Sveriges Radio gör det för egen del och representerar bara en grupp om personen själv har valt att göra det. Vi nämner bara faktorer som till exempel hemort, ålder, bakgrund, sexuell läggning eller funktionsnedsättning om det är relevant i sammanhanget.

Att så många olika röster som möjligt ska höras innebär inte på något sätt att kraven på korrekt och saklig information kan åsidosättas. Om en medverkande kommer med felaktiga uppgifter eller bygger sin åsikt på osanningar måste det bemötas i den sändning och den publicering där den förekommer. Det gäller också om vi återger vad makthavare säger eller exempelvis vad olika parter i en konflikt ger uttryck för.

## 7:2 Geografisk spridning

I vårt utbud ska vi belysa det som händer runt om i Sverige såväl i glesbygd som i små och stora städer. För att få detta breda perspektiv produceras också våra program på olika orter i hela landet. Enligt public service-uppdraget är vi även skyldiga att ha en decentraliserad

organisation med goda förutsättningar för chefer och medarbetare på regional och lokal nivå att fatta självständiga beslut.

Den geografiska spridningen och lokala närvaron handlar också om att finnas människors vardagsliv – de allra flesta i Sverige arbetar eller går i skola i den kommun de bor i, eller en närliggande kommun. De flesta politiska beslut som berör människor i deras vardag fattas också på kommunal och regional nivå. Därför är den lokala närvaron nödvändig för att vi ska kunna leva upp till public service-uppdragets krav på att ge människor allsidig information så de kan bilda sig en uppfattning och ta ställning i olika frågor.

Vi ska också ge perspektiv på det som händer i andra länder oavsett om det rör sig om stormakter eller små länder. I en värld där globala förändringar och rörelser märks tydligt även på lokal nivå är det viktigt att vi journalistiskt skildrar sambanden, till exempel hur arbetstillfällen påverkas av förändringar i världsekonomin. Därför är det viktigt att riks- och specialistredaktioner och lokala kanaler samarbetar så mycket som möjligt.

## 7:3 Sociala och ekonomiska skillnader

Vi ska sträva efter att spegla de olika levnadsförutsättningar som råder för alla som bor i Sverige. Den här ambitionen gäller för hela vårt utbud, från nyheter till underhållning och musik. Innehållet vi skapar ska vara lika intressant och relevant för alla oavsett vilka sociala och ekonomiska förutsättningar den som lyssnar har. Därför behöver vi ha en så stor bredd som möjligt i valet av ämnen, vinklar och vilka perspektiv som lyfts fram. Det handlar också om vilka som hörs i vårt innehåll och på vilka villkor de medverkar.

## 7:4 Jämställdhet och alla människors lika värde

Om någon framför åsikter som strider mot principen om alla människors lika värde ska det bemötas. Vi är därför också skyldiga att bemöta åsikter som strider mot ett jämställt samhälle med lika rättigheter och skyldigheter för män och kvinnor.

Utbudet ska vara lika intressant och relevant för alla oavsett

könstillhörighet. Det handlar om ämnesval och musikval och att vi över tid har en balans i vilka som bereds plats i programmen som medverkande och experter.

## 7:5 Bakgrund och erfarenhet från olika kultursfärer

Vårt utbud ska vara relevant för alla lyssnare, oavsett bakgrund. En förutsättning för att vi ska kunna lyckas med det är att vi med en stor innehållslig bredd som möjligt beskriver, granskar och levandegör det mångkulturella, nutida Sverige. Våra val av ämnen, musik, medverkande, experter och källor ska spegla bredden av perspektiv i det svenska samhället. Det gäller bakgrund och socioekonomisk erfarenhet liksom olika kultursfärer och språkområden.

I sändningar och publiceringar nämner vi bara en medverkandes etniska bakgrund när det är relevant för sammanhanget.

## 7:6 Minoritetsspråk

Sveriges Radio har i uppdrag att producera utbud för alla åldrar på de fem nationella minoritetsspråken samiska, finska, meänkieli, romani chib och jiddisch. Med oberoende och opartiskt innehåll ska vi bidra till att stärka de nationella minoriteternas språk, kultur och identitet.

I uppdraget ligger också att producera innehåll på andra minoritetsspråk. Det utbudet ska riktas till lyssnare som har annan bakgrund än svensk, som bor i Sverige och som behärskar svenska mer eller mindre bra. Vi ska också rikta oss till lyssnare som är nyanlända och som efterfrågar nyhetsutbud om Sverige som utgår från deras perspektiv och behov.

Frågor som berör minoritetsspråksgrupper ska också på ett naturligt sätt ingå och synliggöras i utbudet som helhet. Samarbete över redaktionsgränserna är ett självklart sätt. När medarbetare från Ekot Radio Sweden och redaktionerna för de nationella minoritets-språken medverkar i alla typer av program bidrar det till en bredd av perspektiv och till möjligheterna att leva upp till Sveriges Radios vision ”Fler röster och starkare berättelser för en större förståelse”.

## 7:7 Livsåskådning

I vår rapportering ska vi bara ange religiös tillhörighet om det är relevant i sammanhanget. För publiken ska det också tydligt framgå om en person då uttrycker sin egen, högst personliga åsikt eller om det är troligt att personen talar för en religiös grupp i stort.

## 7:8 Funktionsnedsättning och tillgänglighet

Sveriges Radio har ett särskilt uppdrag i public service-uppdraget att tillgodose behoven hos personer med funktionsnedsättning. De ska höras och lyftas fram på egna villkor precis som vem som helst som medverkar i Sveriges Radio.

Om en medverkande har en funktionsnedsättning nämner vi det bara om det är relevant. Vi ska vara vaksamma så att vi inte medvetet understödjer fördomar om personer med funktionsnedsättningar eller vad det innebär att leva med en funktionsnedsättning.

Vi ska tillgängliggöra och utveckla utbudet så att så många som möjligt kan ta del av Sveriges Radios innehåll. Det innebär bl a att vi ska hålla en hög kvalitet när det gäller hörbarhet, begriplighet och funktioner som underlättar för publiken att ta del av innehållet. Vi ska särskilt tänka på att inte använda bakgrundsljud på ett sådant sätt att de som har nedsatt hörsel får svårare att uppfatta innehållet.

Vi ska också erbjuda särskilt anpassat innehåll för i huvudsak lyssnare och användare som har kognitiva funktionsnedsättningar.

## 7:9 Sexuell läggning

Vi nämner sexuell läggning bara om det är relevant, och vi utgår inte ifrån att en viss sexuell läggning är norm för alla. Vi ska också vara vaksamma så att vinklar, uttryck och språkbruk i innehållet inte understödjer fördomar och förmedlar stereotypa bilder av hbtqi-personer.

## 7:10 Ålder

Åldern på en person som förekommer i våra publiceringar ska bara anges om det är relevant. Lyssnare ska oavsett ålder kunna komma till tals utan att behöva företräda sin egen åldersgrupp.

Samtidigt är det viktigt att människor från alla åldersgrupper hörs i Sveriges Radio. Vi ska också vara medvetna om olika förutsättningar och vad som efterfrågas i olika åldrar när vi väljer ämne, musik, tempo och perspektiv. I valet av exempelvis programledare, reportrar och medverkande kan vi också motverka ålderssegregering.

# 8. Etik och genomslagskraft

Sveriges Radio har en stor genomslagskraft, och våra publiceringar ska därför vara både genomtänkta och djärva. Vi ska inte kränka människor eller förstärka fördomar. När vi publicerar vålds- och sexskildringar ska vi ta hänsyn till vilka som kan lyssna och att innehållet för en del av publiken kan upplevas som stötande. När det gäller till exempel humor, drama och satir får samtidigt säkerhetsmarginalerna till regelverkets begränsningar inte göras omotiverat stora.

1. Människors lika värde och det demokratiska statsskickets grundidéer
2. Fara för liv
3. Tragiska händelser
4. Våldsskildringar
5. Bilder
6. Sexuella skildringar
7. Humor och satir
8. Musiktexter
9. Radiopjäser och drama
10. Alkohol, narkotika och tobak
11. Brott och brottslingar
12. Telefonväkterier och ring in-program

## 8:1 Människors lika värde och det demokratiska statsskickets grundidéer

Vi ska i utformningen av våra publiceringar och vid val av ämnen och musik vara varsamma så att vi inte kränker människor på grund av till exempel deras kön, hudfärg, nationalitet, religion, sexuella läggning, funktionsnedsättningar, sjukdom eller ålder.

Vi ska inte heller förstärka fördomar eller stereotyper.

Vårt programutbud och vår journalistik ska som helhet präglas av det demokratiska statsskickets grundidéer (fri åsiktsbildning, allmän och lika rösträtt, fria och hemliga val) och principen om alla människors lika värde. Det innebär i praktiken att vi ska bemöta konkreta uttalanden som går emot det demokratiska statsskickets grundidéer eller understödjer rasism, våld, brutalitet och diskriminering. Sådana åsikter kan höras i våra publiceringar, men vi ska alltså bemöta eller på annat sätt ta avstånd från dem. Om vi inte bemöter eller tar avstånd när det krävs kan Sveriges Radio fällas för brott mot bestämmelsen om ljudradions särskilda genomslagskraft.

Om det handlar om publicering av förinspelat material kan vi behöva sätta in yttranden som strider mot demokratiparagrafen i ett sammanhang eller förklara varför de är relevanta att publicera.

## 8:2 Fara för liv

I vissa speciella fall kan vår bevakning i sig utgöra fara för någons liv. Då blir vår roll mer komplicerad och vissa beaktanden kan behöva göras i en pågående rapportering av en händelse eller ett annat skeende.

Vid bevakning av exempelvis ett gisslandrama, en kidnappning eller en krigssituation ska vi fortfarande arbeta efter principen om konsekvensneutralitet, men vid fara för någons liv kan det finnas skäl som gör att vi måste avstå från att rapportera. Ett sådant beslut ska alltid fattas av ansvarig utgivare. När vi rapporterar ska vi också vara medvetna om att vi kan bli en bricka i spelet mellan polis och kidnappare/gisslantagare eftersom bägge parter troligtvis kan ta del av det vi publicerar.

## 8:3 Tragiska händelser

När en tragisk händelse har inträffat ska vi alltid ställa oss frågan om händelsen, oavsett omfattning, bör leda till temporära förändringar i utbudet. Vi måste då diskutera vilka inslag och program vi kan sända direkt efter rapporteringen om den tragiska händelsen. I vissa fall kanske inslag, program eller repriser ska göras om eller lyftas ut och ersättas. Vid sidan av detta kan musikvalen också behöva ändras.

Vi deltar inte i olika manifestationer som till exempel tysta minuter, men vi kan givetvis uppmärksamma sådana manifestationer som en del av den journalistiska bevakningen.

## 8:4 Våldsskildringar

När vi rapporterar om till exempel våld och sexuella övergrepp är det viktigt att tänka på att en alltför omfattande eller detaljerad beskrivning kan vara skrämmande för publiken och dessutom strida mot bestämmelsen om genomslagskraft. Allt för ingående detaljer kan också leda till en publicitetsskada för offret.

Vi bör därför tänka på omfattningen av våldsamma detaljer i enskilda inslag samt omfattningen av det totala antalet inslag som innehåller våld eller övergrepp i ett och samma program.

Vi har enligt praxis ett särskilt ansvar för att väga in om det kan finnas barn bland lyssnarna. I sändning antas barn inte lyssna efter klockan 21. Ibland kan det också vara befogat med en varning före inslaget även om det sänds kvällstid. I ett tydligt avgränsat nyhetsinslag kan dock våldsdetaljer förekomma tidigare än kl. 21 eftersom man utgår ifrån att föräldrar som regel inte låter sina barn lyssna på nyheter. Men även här kan en varning behövas. Ordet varning ska då förekomma.

Våldsskildringar förekommer också i exempelvis drama och annat fiktivt material. Då gäller också att vi är noggranna vid valet av tidpunkt för sändningen. Det som är acceptabelt en sen kväll kanske inte är det dagtid när barn kan lyssna på radio.

Ibland kan det också vara befogat med en varning före ett program eller en varningstext vid digital publicering av en bild eller ett inslag.

Vid digitala publiceringar måste vi dessutom så långt det är möjligt hålla innehåll som vänder sig till barn åtskilt från innehåll med våldsskildringar. Vi måste även varna i samband med digitala publiceringar som innehåller våldsskildringar som kan vara skrämmande för barn.

## 8:5 Bilder

Vi ska vara försiktiga med att publicera bilder på döda eller skadade människor. Vi måste noga överväga om just en sådan bild är nödvändig och om den verkligen behövs för att göra en nyhet begripligare.

För bildpublicering gäller samma regler som för övrigt material som vi publicerar, till exempel om enskildas privatliv, eftersom bilder på människor är starkt identifierande. Om bilder pixlas/maskas eller på andra sätt anonymiseras måste det ske ordentligt och inte lämna identifierande detaljer som till exempel frisyr, smycken och tatueringar synliga. Bilder på exempelvis hus, bilar och kläder kan också vara identifierande.

I en digital kontext kan det finnas skäl att varna för en bild som kan upplevas som stötande genom att lägga en varningstext först i en svartruta alternativt aktivt välja i vilken ordning bilder visas dvs att undvika att lägga bilder som kan uppfattas som skrämmande först så att dessa det direkt möter publiken när de tar del av en publicering.

## 8:6 Sexuella skildringar

Sexuella skildringar förekommer som en självklar del i till exempel teaterpjäser eller andra typer av program som exempelvis kan ha ett sexualupplysande syfte. Vi ska då visa varsamhet och tänka på ljudradions särskilda genomslagskraft. Eftersom en del av publiken kan uppleva avancerade sexuella skildringar som stötande ska vi vara noggranna vid valet av tidpunkt för sändningen – det som är acceptabelt en sen kväll kanske inte är det dagtid när barn kan lyssna. Efter klockan 21 antas inte barn lyssna på radio. Man kan behöver dock vara vaksam på sexuella skildringar även under kvällstid, och använda sig av en varning innan skildringen sänds.

Ibland kan det också vara befogat med en varning före ett program eller en varningstext vid digital publicering.

Vid digitala publiceringar måste vi dessutom hålla innehåll med avancerade sexuella skildringar åtskilt från innehåll som är direkt riktat mot barn, till exempel julkalendern eller barnradio.

## 8:7 Humor och satir

Humor och satir är en viktig del av vårt underhållande uppdrag och kan många gånger belysa bl a politik, händelser, samhällsfenomen och fördomar på ett både roligt och tankeväckande sätt. Dessutom kan humor och satir bidra till nya infallsvinklar eller verka förlösande i samband med känsliga händelser.

Självklart kan satir och humor också uppfattas som stötande av vissa. Vi kan självfallet driva med fördomar och folks attityder mot människor men måste vara varsamma så att publiceringar inte upplevs som kränkande mot grupper när det gäller kön, hudfärg, nationalitet, religion, sexuell läggning, funktionsnedsättning eller annat. Tänk även på att det är skillnad mellan att rikta den satiriska udden mot någons åsikter/fördomar och att göra det mot en individ/grupp.

Tänk också på att inte kränka enskildas integritet.

Om det råder tveksamhet inför en sändning bör alltid ansvarig chef/utgivare delta i diskussionen kring utformningen av inslag som kan uppfattas som kontroversiella av olika grupper i samhället.

## 8:8 Musiktexter

Sveriges Radios syn på musiktexter är att de är ett konstnärligt uttryck och framför allt att de är fiktiva, dvs en uppdiktad form som beskriver eller gestaltar olika känslor, situationer och fenomen.

Musik och musiktexter ska som utgångspunkt alltid bedömas utifrån sin musikaliska kvalitet, men i vissa fall kan vi även behöva göra en bedömning av texten exempelvis utifrån otillbörligt gynnande, olaga

hot eller andra brott. I vissa fall kan vi behöva kommentera texten eller sätta in den i en kontext.

Eftersom musiktexter är ett konstnärligt uttryck kan starka ord som exempelvis svordomar förekomma precis som i andra texter av fiktiv karaktär i vårt programutbud, till exempel pjäser och annan litteratur.

## 8:9 Radiopjäser och drama

Radiopjäser är konstnärliga uttryck och i huvudsak fiktiva vilket betyder att de i uppdiktad form beskriver och gestaltar olika känslor, situationer och fenomen. Därför kan starka ord som exempelvis svordomar förekomma precis som i andra texter av fiktiv karaktär i vårt utbud.

Sexuella skildringar eller våldsskildringar förekommer ibland i dramatiseringar. Vi ska dock visa varsamhet när vi utformar program med sådana inslag och ta hänsyns till mediets särskilda genomslagskraft. Eftersom en del av publiken kan uppleva det stötande med avancerade sexskildringar eller skrämmande med våld ska vi vara noggranna vid valet av tidpunkt för sändningen – det som är acceptabelt en sen kväll kanske inte är det dagtid när barn kan lyssna. Efter klockan 21 antas inte barn lyssna på radio. Ibland kan det också vara befogat med en varning före ett program eller med en varningstext vid digital publicering.

I dramatiseringar som bygger på verkliga händelser kan vi behöva ta hänsyn till kraven på opartiskhet och saklighet samt se till så att ingen enskild förtalas eller utsätts för publicitetsskada.

## 8:10 Alkohol, narkotika och tobak

Eftersom våra sändningar och publiceringar har stor genomslagskraft måste vi vara försiktiga när vi skildrar användning av alkohol, narkotika och tobak så att publiken inte får uppfattningen att vi förhärligar bruket av detta eller uppmuntrar till användning. Detta gäller även recensioner av viner eller andra alkoholhaltiga drycker, där våra publiceringar också ska uppfylla de krav som ställs i kapiteldelen ”5:12 Recensioner och konsumentupplysning”.

## 8:11 Brott och brottslingar

Vi måste vara försiktiga när vi skildrar brott och brottslingar med tanke på genomslagskraften. Vi ska inte rapportera så detaljerat om ett brott eller en våldshandling att rapporteringen i sig riskerar att uppmuntra till brott eller lära ut tekniken för att utföra det. Detta skulle kunna uppfattas som uppvigling, vilket är ett yttrandefrihetsbrott. Vid tveksamhet måste därför ansvarig utgivare kontaktas. Vi får inte heller förhärliga ett brott eller själva utförandet och ska förhålla oss kritiska när vi intervjuar dömda brottslingar.

## 8:12 Telefonväkterier och ring in-program

I dessa typer av program vilar ett extra stort ansvar på både programledare och eventuell producent att se till att sändningen följer lagar och publicistiska regelverk genom kritiska frågor och bemötande av yttranden som strider emot exempelvis demokratiparagrafen och principen om alla människors lika värde.

Alla programledare och producenter som arbetar för Sveriges Radio måste därför vara extra väl insatta i de riktlinjer redaktionen ska följa.

Sveriges Radio har riktlinjer för de så kallade ring in-programmens telefondatabaser och hanteringen av uppgifter om de personer som ringer. Av riktlinjerna på intranätet framgår vilka uppgifter som får sparas och när de ska tas bort.



# 9. Regler för medarbetarnas trovärdighet

Allmänheten, våra medverkande och de som granskas i vårt utbud ska kunna lita på att Sveriges Radio arbetar oberoende från politiska, kommersiella, ekonomiska och andra intressen. Företagets trovärdighet och opartiskhet är grunden för all verksamhet och vårt oberoende ska aldrig kunna ifrågasättas. För att skydda både företagets och de anställda medarbetarnas integritet finns riktlinjer som utgår från lag och kollektivavtal, som också utgör grunden för detta kapitel.

1. Medarbetares trovärdighet, opartiskhet och oberoende
2. Ställningstaganden och ageranden i offentligheten
3. Diskretion och lojalitet
4. Politiskt engagemang
5. Demonstrationer och ideella engagemang
6. Konkurrerande verksamhet och sidouppdrag
7. Bokskrivande
8. Privatekonomi
9. Marknadsföring och kommersiellt gynnande
10. Medieträning
11. Gåvor, rabatter, gratisresor och stipendier
12. Donationer
13. Säkerhet och informationssäkerhet

## 9:1 Medarbetares trovärdighet, opartiskhet och oberoende

Sveriges Radios oberoende ska aldrig kunna ifrågasättas. Vår trovärdighet och opartiskhet är grunden för all verksamhet.

Enligt public service-lagen ska public service-uppdraget bedrivas självständigt från staten och andra intressesfärer i samhället, och verksamheten ska präglas av oberoende och stark integritet. Uppdraget kräver att vi arbetar på ett sätt som gör att såväl allmänheten som de som medverkar samt personer, företag och organisationer som granskas i våra program kan lita på att vi är oberoende från politiska, kommersiella, ekonomiska och andra intressen.

För att skydda både företagets och medarbetarnas integritet finns särskilda regler i lag och kollektivavtal kring hur anställda ska agera för att behålla sin egen opartiskhet i tjänsten och därmed bevara Sveriges Radios trovärdighet.

Förhållningsreglerna kring trovärdighet och opartiskhet gäller i första hand medarbetare inom programverksamheten, men i varierande grad även andra personer som i sina roller kan påverka innehållet eller företräder Sveriges Radio i olika sammanhang. Det kan vara chefer, produktionstekniker, produktutvecklare eller andra som representerar företaget. Risken för trovärdighetsskada är större ju starkare förknippad medarbetaren är med Sveriges Radio.

Trovärdighet, opartiskhet och oberoende är viktiga frågor även i förhållande till de uppdragstagare som vi anlitar, och ska därför regleras i Sveriges Radios avtal med bland andra frilansare, programmakare och produktionsbolag. Om en uppdragstagare agerat på ett sätt så att en trovärdighetsskada kan ha uppkommit kan det här kapitlet användas som utgångspunkt vid en bedömning, men det är i första hand det skrivna avtalet som gäller i dessa fall.

## 9:2 Ställningstaganden och ageranden i offentligheten

Som public service-medarbetare är vi enligt kollektivavtalen skyldiga att i offentliga sammanhang avhålla oss från uttalanden och åtgärder som riskerar att företagets opartiskhet, det gäller i alla ämnen och

frågor men särskilt på det politiska området, med fog kan ifrågasättas. Regeln gäller för oss även som privatpersoner, och alltså inte bara i yrkesrollen eller under arbetstid.

Ett ställningstagande kan till exempel vara att ta ställning för eller emot ett politiskt parti, att redovisa sin åsikt i en pågående debatt eller ta ställning i ett myndighetsärende.

Med offentliga sammanhang menas till exempel sociala medier, bloggar, debattartiklar, insändare, upprop, intervjuer och demonstrationer (se mer under 9.4) eller andra offentliga sammankomster.

Detta betyder att ett ställningstagande som man som anställd, med stöd av sin yttrandefrihet, gör offentligt och som påverkar ens opartiskhet i tjänsten eller Sveriges Radios trovärdighet kan få konsekvenser för ens arbete och anställningsavtal. Det gäller i synnerhet om man som medarbetare tagit ställning i frågor man bevakar i tjänsten, men det kan också gälla i andra frågor oavsett om man bevakar dem i jobbet eller ej. Risken för trovärdighetsskada är större ju mer förknippad medarbetaren är med Sveriges Radio och beror även på ställningstagandets karaktär.

Enligt kollektivavtalen ska vi som medarbetare också agera så att tilltron till vår opartiskhet i tjänsten inte med fog kan ifrågasättas i någon av ”alla frågor som rör relationer till personer, företag eller institutioner”. Som medarbetare ska man till exempel, vara sparsam med att använda sin Sveriges Radio-mejladress i privata sammanhang. Det ska exempelvis inte gå att uppfatta det som att en anställd på Sveriges Radio försöker tillskansa sig något för egen vinning och ett privat mejl får aldrig äventyra företagets trovärdighet eller opartiskhet. Medarbetare ska inte heller starta insamlingar eller kritisera ett företag i sociala medier.

Det är varje enskild medarbetares skyldighet att informera sin chef om sådant som kan påverka ens opartiskhet eller trovärdighet i jobbet.

Om det uppstår frågor kring ageranden och ställningstaganden en medarbetare gjort offentligt innan en anställning på Sveriges Radio påbörjades, eller innan nuvarande arbetsuppgifter påbörjades, får medarbetarens chef bedöma om och hur dessa ställningstaganden ska hanteras. Bedömningen ska bland annat utgå från hur lång tid som

förflutit sedan medarbetaren tog ställning eller hade ett visst uppdrag eller engagemang.

Om det uppstår frågor kring ageranden och ställningstaganden innan anställning eller kontraktering ska ansvarig chef ta upp frågan med medarbetaren och säkerställa att frågan hanteras i linje med de regler som gäller.

Om du som medarbetare gör ett uttalande eller agerar på ett sådant sätt i offentligheten att din trovärdighet och opartiskhet kan ifrågasättas kan det få konsekvenser för ditt arbete på Sveriges Radio. Bedömningen utgår bland annat ifrån din roll och dina arbetsuppgifter, hur förknippad du är med företaget och omständigheterna i det specifika fallet.

Utgångspunkten är att om en överträdelse innebär risk för skada eller skadar verksamhetens trovärdighet eller opartiskhet kan detta leda till olika slags åtgärder. Det kan bli fråga om ändrade arbetsuppgifter, en erinran, omplacering och vid upprepade överträdelser utan rättelse från medarbetaren även andra arbetsrättsliga åtgärder.

Bedömning är individuell och görs från fall till fall av ansvarig chef – med stöd av HR och Juridik vid behov – men stäms alltid av med chefens chef för att förankra beslutet på mer företagsövergripande nivå. Om flera medarbetare agerat i offentligheten på ett liknande sätt vid samma tidpunkt, till exempel skrivit på ett upprop eller en namninsamling, kontaktar ansvariga chefer sina respektive chefer för samråd kring bedömningen.

## 9:3 Diskretion och lojalitet

Sveriges Radios medarbetare ska iaktta diskretion i alla frågor som rör interna förhållanden, kollegor, medverkande och uppgifter som kan skada Sveriges Radio om de sprids.

I anställningsförhållanden gäller också lojalitetsplikt. Det innebär att du som arbetstagare ska sätta arbetsgivarens intressen framför dina egna i arbetet och agera på ett sätt som inte skadar Sveriges Radio.

Det kan finnas situationer där du som medarbetare har en annan uppfattning än företaget om verksamheten. I dessa fall har du en skyldighet att i första hand lyfta frågan internt.

Skulle du misstänka någon oegentlighet eller något missförhållande



inom företaget ska du i första hand informera din närmaste chef eller en chef i högre ställning. Du kan också vända dig direkt till HR, dina fackliga ombud eller företagets visselblåsartjänst, enligt den så kallade visselblåsarlagen. Det finns mer information på Sveriges Radios intranät om hur du går till väga om du vill anmäla något.

Vid ageranden som innebär lojalitetsskada eller brott mot diskretionsplikten kan arbetsgivaren vidta samma åtgärder som vid trovärdighetsskador.

## 9.4 Politiska engagemang

Kravet på opartiskhet och oberoende innebär att Sveriges Radio ska stå fritt från alla politiska intressen och politiska partier. Det är helt grundläggande för att Sveriges Radios opartiskhet ska kunna upprätthållas. Även om alla har rätt att vara politiskt aktiva och vara medlemmar i ett politiskt parti ska inte medarbetare eller kontrakterade uppdragstagare som är partipolitiskt aktiva arbeta direkt med publicistiskt innehåll eller ha arbetsuppgifter där de kan påverka programinnehållet.

Om du tänker engagera dig i ett politiskt parti måste du i förväg meddela din chef eller uppdragsgivare på Sveriges Radio om detta. Denna bedömer då hur det påverkar dina arbetsuppgifter eller ditt avtal med Sveriges Radio.

När du i samband med dina arbetsuppgifter uppfattas som representant för Sveriges Radio får du inte heller bära kläder med politiskt budskap, symboler eller andra budskap som kan påverka trovärdigheten för företaget eller dina arbetsuppgifter.

Utöver de regler och riktlinjer som alltid gäller för medarbetare antar Sveriges Radio under valår särskilda interna riktlinjer som träder i kraft sex månader före valdagen.

Om en nära anhörig har ett politiskt engagemang som gör att din opartiskhet med fog kan ifrågasättas ska du alltid meddela din chef som då exempelvis kan besluta om andra arbetsuppgifter. Även nära vänskapsrelationer kan påverka vilka frågor som du kan bevaka. Uppstår frågor kring detta – ha en dialog med din chef.

## 9.5 Demonstrationer och ideella engagemang

Enligt svensk grundlag råder demonstrationsfrihet. I vissa sammanhang kan dock deltagande i demonstrationståg innebära problem för trovärdigheten i arbetet. Att demonstrera kan likställas med att offentligt ta ställning i en fråga. Om du har deltagit i en demonstration kan du därför till exempel få ändrade arbetsuppgifter eftersom du inte kan delta i rapporteringen om den fråga eller det ämne som demonstrationen gällt.

Om du vill demonstrera bör du alltid i förväg informera din chef så att ni kan diskutera vilka konsekvenser ditt deltagande i demonstrationen kan få för trovärdigheten och dina möjligheter att utföra ditt jobb.

Tänk på att demonstrationer i ett första skede kan verka stå för demokratiska grundprinciper som antirasism, jämställdhet eller liknande. I många fall kan dock organisatören ha en politisk koppling eller en politisk agenda som du kan riskera att förknippas med.

Själva demonstrationen kan också komma att bli en uppmärksammad nyhet eller kontroversiell händelse som Sveriges Radio bevakar.

Precis som alla andra har också Sveriges Radio-medarbetare rätt att vara engagerade i ideella organisationer eller föreningar. Om du har ett engagemang i en organisation eller förening som kan riskera att komma i konflikt med dina arbetsuppgifter eller om du riskerar att hamna i en intressekonflikt har du som medarbetare ansvar för att meddela din chef. Arbetsuppgifterna kan då komma att ändras.

## 9:6 Konkurrerande verksamhet och sidouppdrag

Du får inte utan skriftligt tillstånd från din chef arbeta med konkurrerande arbetsuppgifter vid sidan av din anställning. Särskilt känsligt för Sveriges Radios trovärdighet är det med för till exempel programmedarbetares arbete för andra mediebolag. Det gäller arbete för SVT och UR, konkurrens genom eget företag eller arbete för externa produktionsbolag.

För övriga medarbetare kan det vara konkurrerande arbete att ha ett arbete vid sidan om där du har samma arbetsuppgifter som på Sveriges Radio, även om det inte är vid ett annat mediebolag.

När det gäller andra sidouppdrag och bisysslor som inte är av konkurrerande karaktär ska du i förväg diskutera med din chef ifall ett

externt uppdrag eller en bisyssla kan kopplas till något av Sveriges Radios bevakningsområden eller om intressekonflikt kan uppstå på annat sätt i din tjänst. Det gäller oavsett om uppdraget är avlönat eller inte. Detta är särskilt viktigt för redaktionell personal eller för medarbetare som offentligt företräder Sveriges Radio i olika sammanhang externt.

Medarbetare ska aldrig delta i fiktiva inslag i andra Sveriges Radioprogram eller i andra medier (kan gälla till exempel drama, humor, satir) utan ett godkännande av ansvarig chef. Av trovärdighetsskäl godkänns sådana sändningar ytterst sällan.

Dina arbetsuppgifter kan också komma att ändras om du sitter med i en styrelse. En intressekonflikt kan även uppstå om du inte sitter i en styrelse men har ägarintressen i ett företag på annat sätt, till exempel genom innehav av aktier.

Uppdrag som innebär att du föreläser om Sveriges Radio, eller är med som expert i något externt sammanhang, är huvudregeln att det sker inom ramen för anställningen. Detta beslutas i samråd med din chef och utan extra ersättning.

## 9:7 Bokskrivande

Vill du skriva en bok bör du i förväg berätta det för din chef eftersom aspekter kring trovärdigheten bör diskuteras och kan leda till att dina arbetsuppgifter behöver ändras.

Om du tänker skriva en bok i ett ämne som du i jobbet redan har bevakat för Sveriges Radio behöver du få tillstånd att använda materialet eftersom det ägs av företaget.

När det gäller marknadsföring av böcker som skrivits av medarbetare vid Sveriges Radio ska återhållsamhet gälla. Huvudregeln är att anställda inte får medverka i reklam för andra än Sveriges Radio. De regler som finns i kollektivavtal och i denna handbok om trovärdighet i tjänsten ska beaktas även i dessa fall. Det betyder att du alltid ska värna ditt oberoende och din opartiskhet vid bokskrivande och i efterkommande marknadsföring av boken. Stäm av med din chef om du är osäker på vad som gäller. Medverkan för att prata om boken i Sveriges Radios publiceringar kan innebära ett otillbörligt gynnande. Stäm alltid av sådan medverkan med ansvarig publicistisk chef.

## 9:8 Privatekonomi

Aktier, obligationer, fonder och andra värdepapper är etablerade sparformer i samhället och så också för SR-medarbetare.

Enligt Sveriges Radios riktlinjer för innehav av värdepapper som finns på P0 får medarbetare inte äga eller handla med värdepapper i bolag eller organisationer om det kan innebära att man får tillgång till insiderinformation, hamnar i en intressekonflikt eller riskerar att påverka Sveriges Radios trovärdighet och oberoende.

Om du har ett större innehav i ett bolag får du inte arbeta med rapportering eller redaktionellt innehåll som rör bolaget. Enligt insiderlagstiftningen får du heller inte använda icke-offentlig, kurspåverkande information som du fått genom jobbet för att handla med värdepapper varken för egen eller närståendes vinning.

Alla medarbetare är skyldiga att öppet informera om egna eller närståendes innehav som kan skapa en intressekonflikt eller påverka trovärdigheten. Ta i första hand upp frågan med din närmaste chef. Om chefen behöver stöd i bedömningen kan HR kontaktas för hjälp.

## 9:9 Marknadsföring och kommersiellt gynnande

Sveriges Radios anställda får enligt kollektivavtalet bara delta i marknadsföring eller reklamsammanhang som rör Sveriges Radio. Undantag kan göras av ansvarig chef om medarbetaren fått tillstånd till att exempelvis föreläsa eller medverka i andra mediaproduktioner. I dessa fall kan chefen efter efter dialog med medarbetaren göra undantag från grundregeln om så är motiverat. Under rubriken ”9:7 Bokskrivande” på föregående sida beskrivs vad som gäller kring marknadsföring av böcker skrivna av anställda medarbetare.

För externa medverkande och uppdragstagare som anlitas via egna företag ska frågor om marknadsföring i olika sammanhang regleras i de avtal som skrivs inför att uppdraget ska utföras.

När du i samband med dina arbetsuppgifter uppfattas som representant för Sveriges Radio ska du inte bära kläder med iögonfallande logotyper för andra företag.



Som företrädare för Sveriges Radio ska du inte gynna produkter, tjänster och företag exempelvis i dina sociala medier och i andra offentliga sammanhang. Du ska inte ta emot privat sponsring i form av kläder, samarbeten eller annat.

## 9:10 Medieträning

Sveriges Radios anställda får inte erbjuda medieträning till någon utanför företaget. Denna fråga bör också beaktas vid val av uppdragstagare, till exempel frilansare och produktionsbolag, och villkor formuleras sedan i varje enskilt avtal.

## 9:11 Gåvor, rabatter, gratisresor och stipendier

Huvudregeln är att Sveriges Radio står för de kostnader som en medarbetare har för att fullgöra sina arbetsuppgifter.

Du får därmed inte åka på tjänsteresor, eller delta i utbildningar, utan att Sveriges Radio betalar för dina kostnader. Sveriges Radio ska stå för resekostnader , konferens- eller utbildningskostnader samt uppehälle. Detta gäller även resor från organisationer eller företag som utformas som stipendier eller liknande. Deltar vi vid en sådan utbildning eller konferens ska vi stå för våra egna kostnader, till exempel när det gäller logi och resa.

När det gäller övriga stipendier får det avgöras av din chef i varje enskilt fall.

Dessa krav gäller också för frilansmaterial. Vi bör inte köpa in material från uppdragstagare utan att veta vem eller vilka som har betalat för deras resekostnader och uppehälle. Om någon annan betalat för tillkomsten av materialet kan det innebära att det uppstår en indirekt sponsringssituation gällande programmaterial.

Som SR-medarbetare får du inte ta emot gåvor, till exempel gratisbiljetter och gratismåltider, av utomstående personer som lyssnare eller någon som du har en arbetsrelation till. Det är en oberoendefråga. Undantaget är recensionsverksamhet och vissa fall där du har fått i uppdrag att företräda Sveriges Radio, till exempel vid en representationsmåltid eller ett evenemang.

Om du tar emot rabatter på varor och tjänster får det aldrig finnas någon koppling mellan rabatten och ditt jobb på Sveriges Radio.

Sveriges Radio har också en förmånspolicy som du kan ta del av på intranätet.

## 9:12 Donationer

Det står givetvis varje Sveriges Radio-medarbetare fritt att som privatperson donera eller ta emot en donation. En större donation kan dock begränsa din möjlighet att bevaka en specifik fråga där ämnet är knutet till den organisation eller det företag som tagit emot eller gett donationen. Du ska därför informera din chef om eventuella donationer.

## 9:13 Säkerhet och informationssäkerhet

Sveriges Radio har ett viktigt beredskapsuppdrag såväl inom ramen för totalförsvaret som för krissituationer i samhället generellt sätt. Detta innebär att företaget har en roll i samhällets förmåga att klara fredstida kriser och ytterst kritiska situationer som uppstått till följd av svåra händelser. Information om hur det uppdraget genomförs räknas som säkerhetskänslig information och skyddas av säkerhetsskyddslagen.

I samband med arbetet vid Sveriges Radio kan det därför hända att du får tillgång till känslig och skyddsvärd information om Sveriges Radios roll i dessa avseenden. I dessa fall behöver du fundera över hur du lämpligast ska agera. Sveriges Radios styrande och stödjande dokument för fysisk säkerhet, personsäkerhet och informationssäkerhet ger dig vägledning.

Känner du dig osäker eller behöver vägledning så kontakta Säkerhets- och beredskapsavdelningen.

Som medarbetare bör du alltid göra en bedömning av innehållet i ett material och på vilket sätt du lämpligast ska hantera informationen med tanke på informationens skyddsvärde och källskyddet.

Alla Sveriges Radios huvudredaktioner är skyddsobjekt. Därför måste du som vistas i lokalerna eller tar emot besökare följa gällande instruktioner. Mer information om detta finns på intranätet.

# 10. Ansvar

Sveriges Radio omges av ett omfattande regelverk. Brott mot reglerna kan leda till juridiska processer, fällningar i Granskningsnämnden eller klander i Mediernas Etiknämnd. Många fällningar eller publiceringar som inte följer Sveriges Radios regelverk och riktlinjer kan leda till att vår trovärdighet urholkas. Samtidigt är det mycket viktigt att vi inte lägger restriktioner på oss själva av rädsla för kritik eller juridiska processer kring vårt innehåll.

Vår journalistik och våra publiceringar ska vara djärva. Det innebär att säkerhetsmarginalerna till regelverkets begränsningar inte får göras omotiverat stora.

Inom Sveriges Radio är ofta *chef och ansvarig utgivare* samma person, men i juridisk mening är det skillnad mellan de två rollerna. En *chef* har ansvar för att programmen följer bestämmelserna i reglerna för public service-uppdraget, radio- och tv-lagen och de medieetiska reglerna.

En *ansvarig utgivare* har ansvar för eventuella brott mot yttrandefrihetsgrundlagen.

1. Ansvarig utgivare
2. Medarbetares ansvar gentemot ansvarig utgivare
3. Kommentarsfunktioner och diskussionsforum
4. Juridisk hjälp
5. Granskningsnämnden (GRN) och granskningens omfattning
6. Hantering av GRN-ärenden
7. Efter en fällning i GRN
8. Medieombudsmannen (MO) och Mediernas Etiknämnd (MEN)
9. Hantering av MO-ärenden
10. Om vi klandras av MEN

## 10:1 Ansvarig utgivare

Verkställande direktören har det yttersta ansvaret för all verksamhet vid Sveriges Radio – även det publicistiska. Men när det gäller eventuella yttrandefrihetsbrott är det ansvarig utgivare som ensam har ansvaret för det som publiceras, och utgivaren är därför den enda som har rätt att bestämma att exempelvis ett program eller ljudklipp inte ska publiceras.

Varje radioprogram och det som publiceras på våra egna plattformar, till exempel vår sajt och app, har en ansvarig utgivare. Utgivaren utses av vd och anmäls på förhand till ett register som är offentligt. Varje digital publicering ska innehålla en uppgift om vem som är utgivare för publiceringen. Den som är ansvarig utgivare kan utse en eller flera ställföreträdare som kan gå in som ansvarig vid den ordinarie utgivarens frånvaro.

Ansvarig utgivare har dock inte något straffrättsligt ansvar för inlägg på externa plattformar, till exempel sociala medier. Medarbetare är personligen juridiskt ansvariga för brottsliga uttalanden som de sprider på andra plattformar än våra egna, till exempel via företagets konton i sociala medier. Därför åligger det ansvarig chef att informera medarbetare om detta.

I förhållande till yttrandefrihetsgrundlagen (YGL) är ansvarig utgivare ensam straffrättsligt ansvarig för programutbudet inom sitt ansvarsområde. Utgivaren är alltså ensam ansvarig för eventuella

yttrandefrihetsbrott i publiceringarna i FM och i digitala publiceringar på våra egna plattformar och har därför rätt att bestämma om ett program eller inslag ska publiceras eller inte. Yttrandefrihetsbrott är till exempel förtal, hets mot folkgrupp, uppvigling, olaga hot och spionerі.

Utgivaren är bara ansvarig för brott mot yttrandefrihetsgrundlagen. Skulle en medarbetare göra sig skyldig till ett brott i samband med arbetet i övrigt är det medarbetaren själv som blir ansvarig. Några exempel är olaga intrång, olovlig avlyssning, kränkande fotografering och fortkörning. Parkeringsböter får varje medarbetare betala själv.

Ansvarig utgivare fattar alltid självständiga beslut oberoende av vilka beslut andra ansvariga utgivare fattar i samma fråga. För Sveriges Radios del innebär det att utgivarbeslut i en och samma fråga kan variera beroende på vilken redaktion eller kanal som publicerar. För publiken kan det dock bli rörigt med olika beslut i samma kanal eller på företagets gemensamma digitala plattformar när programmen kommer från olika redaktioner. Så långt det är möjligt ska därför en ansvarig utgivare informera om och diskutera utgivarfrågor som berör andra ansvariga utgivare inom Sveriges Radio.

Observera att ansvaret gäller i förhållande till yttrandefrihetsgrundlagen. Verkställande direktören kan alltid, till exempel mot bakgrund av reglerna i public service-lagen, public service-uppdraget eller radio- och tv-lagen, besluta att ett visst program eller en viss del av programutbudet inte ska sändas. Men ingen kan besluta att ett program eller inslag ska sändas om ansvarig utgivare anser att det skulle strida mot YGL. I sådana fall har ansvarig utgivare ensam beslutanderätten eftersom vd utsett hen att ha det ansvaret för ett visst program eller en del av programutbudet.

## 10:2 Medarbetares ansvar gentemot ansvarig utgivare

Alla medarbetare har ett ansvar för att kontakta ansvarig utgivare, oavsett tid på dygnet, då utgivarbeslut måste fattas om exempelvis namnpublicering i ljud, text och bild. Den ansvarige utgivaren ska vara

tillgänglig för att fatta beslut i utgivarfrågor och ansvarar för att en ställföreträdande utgivare registreras när den ordinarie utgivaren inte har möjlighet att fullgöra sitt uppdrag.

I den här handboken nämns många olika beslut där ansvarig utgivare måste kontaktas. Som medarbetare har du därför ett eget ansvar för att du är väl insatt i vilka frågor som är ärenden för ansvarig utgivare.

## 10:3 Kommentarsfunktioner och diskussionsforum

För olika kommentarsfunktioner och diskussionsforum som efterhandsmodereras i sociala medier gäller inte YGL och ansvarig utgivares ensamansvar. Det är alltså debattörerna i kommentarsfälten som själva blir ansvariga för det som de skriver.

För efterhandsmodererade forum gäller lagen om elektroniska anslagstavlor, och enligt den har Sveriges Radio en övervakningsplikt. Det innebär att det för varje kommentarsfunktion eller diskussionsforum måste finnas en ansvarig person som är skyldig att ta bort inlägg som innebär till exempel uppvigling, hets mot folkgrupp, barnpornografibrott, olaga våldsskildring, offentlig uppmaning till terrorism eller upphovsrättsintrång. Om sådana inlägg inte tas bort kan den som tillhandahåller kommentarsmöjligheten dömas för brott mot lagen om elektroniska anslagstavlor – däremot *inte* för det brottsliga innehållet.

Även om Sveriges Radio bara har övervakningsplikt har vi tagit fram kommentarsregler som tar sin utgångspunkt i vårt övriga etiska regelverk. Dessa regler ska vi följa när vi modererar kommentarer i sociala medier.

## 10:4 Juridisk hjälp

En medarbetare som är osäker på hur lagar eller Sveriges Radios riktlinjer ska tolkas kan vända sig till Juridikavdelningen för att få råd i frågor som rör programetik och juridik.

## 10:5 Granskningsnämnden (GRN) och granskningens omfattning

Granskningsnämnden är en självständig nämnd inom Mediemyndigheten. Den utses av regeringen och granskar i efterhand att våra publiceringar följer radio- och tv-lagen, public service-lagen samt public service-uppdraget.

Det är Granskningsnämnden som fattar beslut om Sveriges Radios publiceringar strider mot kravet på opartiskhet och saklighet samt bestämmelsen om otillbörligt kommersiellt gynnande, mediets särskilda genomslagskraft, beriktigande och genmäle.

En konsekvens av den nya teknikneutrala regleringen är att Granskningsnämnden kan granska innehållet i en publicering oavsett vilken form innehållet har och hur det distribuerats. Prövningen innefattar alltså de program vi sänder i radio, det vi sänder och publicerar via appen eller sverigesradio.se samt våra publiceringar på Sveriges Radios officiella sociala medier. Även rörliga- och stillbilder, text, rubriker och grafik omfattas av nämndens prövning med eller utan koppling till ljud. Kommentarsfält omfattas dock inte, med undantag från egna kommentarer från Sveriges Radios konton.

Granskningen kan alltså omfatta en kombination av till exempel text, ljud och bild. Det kommer delvis bli en ny praxis att förhålla sig till framöver kring hur man uppfyller regelverket i en digital och teknikneutral kontext. För att hålla sig uppdaterad rekommenderas att följa de uppdateringar som löpande sker i våra riktlinjer för digitala publiceringar som finns på intranätet.

## 10:6 Hantering av GRN-ärenden

Granskning kan ske på nämndens eget initiativ eller efter anmälan från publiken. Anmälaren har tre månader på sig att anmäla ett program eller inslag. Lyssnare som hör av sig till oss och klagar på våra program bör upplysas om att de kan vända sig till Granskningsnämnden om de anser att programmet eller inslaget bryter mot radio- och tv-lagen, public service-lagen eller public service-beslutet.

Vi är skyldiga att ge nämnden de uppgifter som behövs för att de ska kunna granska vår verksamhet. Detta gör Sveriges Radios jurister, och det är ansvarig chef/utgivare som ger dem den information som behövs. Men uppgifter som skyddas av anonymitet, exempelvis källskyddat material, får självklart inte lämnas ut till nämnden eller någon annan extern part.

I ärenden där Granskningsnämnden granskar ett program eller programutbud får Sveriges Radio alltid möjlighet att yttra sig skriftligt. Berörd redaktions- eller kanalchef ska utarbeta ett skriftligt underlag som Juridikavdelningen ber om. Yttrandet skrivs sedan av juristerna. Alla handlingar som lämnats in till Granskningsnämnden blir offentliga och allmänheten kan ta del av dem.

Det är företaget Sveriges Radio som är part i ärendet och inte en enskild medarbetare eller redaktions- eller kanalchef. Det är vd som enligt arbetsordningen är ytterst ansvarig för att bolaget uppfyller public service-uppdraget och följer public service-lagen, och därför är det vd som slutligen undertecknar yttrandet och ansvarar för dess innehåll.

Att ett program har anmälts till Granskningsnämnden föranleder inga åtgärder inom Sveriges Radio. Ansvarig chef bör dock alltid snabbt ta ställning till om en anmälan ska betraktas som en begäran om genmäle eller som ett påpekande om ett sakfel som ska rättas.

En eller flera anmälningar kan inte i sig hindra ett program från att repriseras (se nedan om repriser av fällda eller kritiserade program).

Om ett program eller inslag har anmälts påverkar det inte hur vi handskas med materialet såvida vi inte själva tycker att anmälaren har rätt ifråga om till exempel en uppgift som uppges vara osaklig eller om anmälaren har rätt till genmäle. Då ska vi genast rätta sakfelet eller infoga ett bemötande. Ansvarig chef bör redan då anmälan kommer ta ställning till om det ska ses som en begäran om genmäle eller rättelse av sakfel.

## 10:7 Efter en fällning i GRN

Ett program eller inslag som har anmälts till Granskningsnämnden kan efter beslut av ansvarig chef/ansvarig utgivare gå i repris i avvaktan på ett beslut i nämnden. Ett inslag som har fällts ska som regel inte sändas igen, och det ska noteras i arkivet att det är fällt. Ansvarig chef kan efter samråd med Sveriges Radios jurister bestämma undantag från denna riktlinje. Men då måste motivet till undantaget framgå av påannonsen.

Vi kommenterar normalt sett inte program som anmälts till Granskningsnämnden innan nämnden har avgjort ärendet.

Granskningsnämnden kan besluta att vi ska upplysa publiken om att ett program eller inslag har fällts. Vi gör då en så kallad pliktpublicering. Texten ska utformas av Juridikavdelningen och vara neutralt formulerad. En fällning ska som regel publiceras så att den kan antas nå en likartad publik som den fällda publiceringen, dvs ofta i samma program och vid den tidpunkt då det fällda programmet eller inslaget först sändes. Information om fällningen ska också publiceras i nära anslutning till det fällda programmet på vår sajt och i vår app.

Ett inslag som har fällts i Granskningsnämnden behöver inte automatiskt plockas bort från vår sajt och vår app. Så länge programmet eller inslaget är publicerat ska det framgå av en text i anslutning att det är fällt av Granskningsnämnden och av vilken anledning. Om fällningen har inneburit en skyldighet att göra en så kallad pliktpublicering ska denna även infogas i den digitala publiceringen så att det tydligt framgår att den är fälld och för vad.  Detta kan du kan läsa mer i checklistan för digitala publiceringar som finns på intranätet P0.

Vi ska i princip aldrig diskutera själva fällningen i våra program eftersom det då finns risk att vi upprepar det som vi fällts för. Undantag från denna regel kan bara ske i mycket speciella fall och beslutas då av ansvarig chef.

Det är själva publiceringen och därmed Sveriges Radio, som frias eller fälls av Granskningsnämnden och inte någon enskild medarbetare. Däremot kallas medarbetare och chef till ett möte med Sveriges Radios vd och programdirektör för att diskutera nämndens beslut och dra slutsatser av det.

## 10.8 Medieombudsmannen (MO) och Mediernas Etiknämnd (MEN)

Allt som Sveriges Radio har sänt i radio, publicerat på sin egen sajt eller på offentliga konton i sociala medier kan anmälas till Medieombudsmannen (MO) av den som känner sig personligen kränkt eller utpekad. MO behandlar anmälningar som gäller tillämpningen av de medieetiska publicitetsreglerna.

MO avskriver eller hänskjuter ärendet till Mediernas Etiknämnd (MEN) där det sitter representanter utsedda av det medieetiska systemets huvudmän samt företrädare för allmänheten. Nämnden prövar innebörden av begreppet ”god publicistisk sed” och bedömer om någon har drabbats av en ”oförsvarlig publicitetsskada”.

MEN kan också på begäran av anmälaren pröva anmälningar som har avvisats eller avskrivits av MO.

En enskild person (alltså inte till exempel företag, myndigheter eller organi- sationer) som pekas ut i en publicering och anser sig ha lidit en oförsvarlig publicitetsskada kan göra en anmälan till MO. Anmälaren måste vara personligen berörd av den publicering som anmäls. Det innebär att anmälaren själv måste vara namngiven eller på annat sätt vara identifierbar i publiceringen. Det går inte att anmäla anonymt. Anmälan måste ha inkommit till Medieombudsmannen inom tre månader från publiceringsdagen om det inte finns särskilda skäl, till exempel allvarlig sjukdom eller häktning med restriktioner.

Medieombudsmannens prövning av anmälan innebär en avvägning mellan den personliga integriteten och allmänintresset. Vi ska enligt de medieetiska publicitetsreglerna visa särskild hänsyn vid publiceringar som rör känsliga ämnen, minderåriga samt olycks- eller brottsoffer.

MO prövar också om brist på bemötande eller ett saklighetsfel kan ha lett till en oförsvarlig publicitetsskada för den utpekade personen.

## 10:9 Hantering av MO-ärenden

Handläggningen hos MO och MEN sker helt utan insyn från allmänheten eftersom offentlighetsprincipen inte gäller. Därför får allmänheten inte veta att det finns ett pågående ärende hos MO förrän beslutet från MEN blir offentligt. Sveriges Radio får därför inte offentligt kommentera pågående eller avskrivna MO-ärenden.

Internt handlägger Sveriges Radio MO-ärenden på samma sätt som ärenden i Granskningsnämnden. Sveriges Radio får dock enbart ta del av anmälningar som leder till yttranden. MO begär ett yttrande från Sveriges Radio där vi får förklara hur vi resonerat vid publiceringen. Redaktionen skickar ett underlag till Juridikavdelningen som tar fram ett utkast i samråd med ansvarig chef. Det är vd som företräder Sveriges Radio inför MO. Efter att ha tagit del av yttrandet beslutar sedan MO att antingen avskriva ärendet eller hänskjuta det till MEN.

## 10:10 Om vi klandras av MEN

Sveriges Radio får alltid betala en avgift om en publicering klandras i MEN. Dessutom ska klandret utan dröjsmål offentliggöras av Sveriges Radio. Hur detta ska ske avgörs av på vilken plattform publiceringen skett. Ett offentliggörande i FM och i våra poddpubliceringar ska utgöras av en sammanfattning av klandret som ska grundas på nämndens beslut, det ska vara neutralt utformat och som minimum innehålla upplysning om vad som klandrats, varför publiceringen klandrats samt information om var och när den klandrade publiceringen skedde.

Publiceringen av klander i radio ska ske vid en tidpunkt när det är troligt att kritiken når en i huvudsak likartad publik som hörde den klandrade publiceringen. Lyssnarna ska också upplysas om att nämndens uttalande finns publicerat på Sveriges Radios sajt. Klandret ska även publiceras på sajten och appen i anslutning till den ursprungliga publiceringen.

Om klandret rör en text på Sveriges Radios sajt eller app ska MEN:s uttalande publiceras i anslutning till den ursprungliga publiceringen. Uttalandet ska synas på motsvarande sätt som den klandrande publiceringen, till exempel när det kommer till publiceringstid och i vilken omfattning puffar varit synliga.

Om en fällning gäller en digital publicering på våra egna plattformar ska vi publicera en sammanfattning av klandret på en plats där det är troligt att det når den publik som tog del av den klandrade publiceringen. Publiceringen bör inkludera en länk till beslutet i dess helhet på MO:s webbplats.

Om MEN fäller en av Sveriges Radios publiceringar i sociala medier, webben och appen ska hela klandret som huvudregel utan dröjsmål publiceras där. Om forumet/mediet inte medger att hela uttalandet visas ska vi hänvisa eller länka till klandret som vi lagt på vår egen sajt alternativt länka till MO:s webbplats. Efter att vi publicerat klandret ska vi även redovisa för MEN att publiceringen har skett.

Om en anmälare inte önskar att ett klandrande uttalande ska publiceras ska detta respekteras.

Om den klandrade publiceringen tillgängliggjorts på flera sätt ska klandret publiceras på samtliga ställen där den ursprungliga publiceringen skett.

Det är själva publiceringen och därmed Sveriges Radio, som klandras av MEN och inte någon enskild medarbetare. Däremot kallas medarbetare och chef till ett möte med Sveriges Radios vd och programdirektör där gruppen diskuterar MEN:s beslut och drar slutsatser av det.

# 11. Upphovsrätt

Upphovsrätt är skyddet för konstnärligt skapande. Om det skapade har en viss grad av självständighet och originalitet – genom upphovspersonens fria val eller personliga prägel – har det uppnått så kallad verkshöjd och är därmed skyddat av upphovsrätt. Huvudregeln är att en upphovsperson har ensamrätt till sitt verk och är den som ska lämna tillstånd till all offentlig användning.

I upphovsrättslagen finns vissa undantag som gör att ett verk kan användas utan tillstånd, till exempel citaträtten. För att vi ska kunna använda verk i Sveriges Radios dagliga verksamhet finns också flera avtal som under vissa förut- sättningar gör det möjligt för oss att använda till exempel musik, litteratur och bild.

Den ideella delen av upphovsrätten innebär att upphovsper- sonen alltid har rätt att bli namngiven när ett verk används och att ett verk inte får ändras eller sättas i ett sådant samman- hang att upphovspersonens konstnärliga anseende eller egenart kränks.


1. Citaträtten
2. Travestier och parodier
3. Program på sverigesradio.se, appen och för nedladdning
4. Bilder och filmer
5. Upphovsrättsligt skyddat material på digitala plattformar
6. Skyddstid
7. Juridisk hjälp

## 11:1 Citaträtten

Citaträtten är ett undantag från huvudregeln att upphovspersonen har rätt att bestämma hur ett verk används. Den gäller när du exakt återger och använder en formulering eller ett längre avsnitt ur ett verk för att som del av ett eget verk, till exempel ett inslag, reportage eller program, kritisera, utveckla eller belysa citatet eller för att med hjälp av citatet understryka ett eget ställningstagande.

Det citerade ska alltså sättas in i ett sammanhang och inte bara användas för att förgylla din egen produkt eller för att du vill spela upp just det klippet för publiken.

Längden på citatet beror på hur nära koppling det citerade har till det som programmet eller inslaget handlar om – ju starkare koppling det citerade har till programmet/inslaget desto längre del kan du ha med. Det finns inte någon exakt gräns för hur långt citatet får vara. Du får använda så mycket som du behöver för att det ska vara klart för publiken hur personen, boken, musiken eller företeelsen låter.

Det verk och exemplar du citerar ur ska vara offentliggjort med upphovspersonens samtycke. Du har rätt att citera ur alla verk förutom stillbilder och på alla plattformar. Grunden för citaträtten måste följa med i alla publiceringar. Om du till exempel citerar ett musikverk med hänvisning till en diskussion som förs i ett program måste även diskussionen vara med om du vill göra ett inlägg i sociala medier baserat på programmet.

Du ska också berätta eller tydligt visa vad det är du citerar, vem som är upphovsperson och var citatet kommer ifrån.

## 11:2 Travestier och parodier

Om du vill göra travestier eller parodier på en litterär text eller ett musikaliskt verk, till exempel ändra en låttext, så bör ansvarig chef ta kontakt med Juridikavdelningen för att få råd före publiceringen.

## 11:3 Program på sverigesradio.se, appen och för nedladdning

Programinnehåll som anställda har gjort kan vi lägga ut på vår egen app och eller sajt utan förbehåll. Men för innehåll som är gjorda av utomstående uppdragstagare som till exempel frilansare och produktionsbolag finns särskilda avtal som vi måste följa vid publiceringar.

Tänk på att Sveriges Radios rättigheter och skyldigheter kan komma att uppdateras när avtal omförhandlas. Det finns alltid aktuell information på intranätet P0 där du kan kontrollera att uppgifterna i den här texten fortfarande gäller eller om något har ändrats.

### a) Villkor för musik

En stor del av rättigheterna för musik styrs genom kollektiva avtal. När det gäller lyssning i efterhand (on demand-innehåll som inte går att ladda ned) har vi rätt att lägga ut program med *skivmusik* i appen och på vår egen sajt under 30 dagar efter sändning. Med skivmusik menas kommersiella musikinspelningar som inte är gjorda av Sveriges Radio eller för vår räkning.

Om det handlar om en följetong eller avgränsad programserie kan programmen läggas ut efter sändning och finnas kvar till och med 30 dagar efter att det sista avsnittet i serien är sänt (dock max sex månaders publiceringstid per avsnitt). Barn- och dramaproduktioner med skivmusik kan läggas ut under ett år från publicering.

För nedladdat innehåll som poddar eller program som publiceras på våra digitala plattformar innan de har sänts i FM eller DAB gäller andra regler. Huvudregeln är att Sveriges Radio i dessa fall kan använda en liten andel (ca 10 procent) skivmusik.

För musikdokumentärer finns däremot ingen sådan begränsning. I drama- och dokumentärpoddar kan Sveriges Radio också utan begränsning använda bakgrundsmusik för att kunna skapa önskade stämningar eller effekter.

För *livemusik* måste vi alltid ha tillstånd från de medverkande artisterna och musikerna innan vi kan använda den specifika inspelningen. Med livemusik menas här musik som är inspelad av oss själva eller

någon annan för Sveriges Radios räkning. Om vi anlitar en livemusiker med så kallad A-skatt måste vi följa Sveriges Radios avtal med Svenska Musikerförbundet när vi skriver avtal med musikern.

### b) Villkor för vissa skådespelare och författare

För en podd eller ett program med innehåll från vissa skådespelare och författare styrs våra möjligheter att publicera podden eller programmet av kollektivavtalen för olika yrkeskategorier. Avtalen reglerar hur många nyttjanden (dvs sändningar eller webbpubliceringar som är nedladdningsbara högst ett år) vi har rätt till samt vilken minimiersättning vi är skyldiga att betala. Dessa avtal gäller:

- Fackförbundet Scen & Films avtal ska följas när det gäller skådespelare med A-skatt.
- Sveriges Dramatikerförbunds (SDF) avtal ska följas för medlemmar som skriver dramatik eller sketcher.
- Sveriges Författarförbunds (SFF) avtal ska följas för medlemmar som skriver litterära beställningsverk och för samtliga upphovspersoner om vi publicerar ett tidigare offentliggjort verk.

Samtliga avtal och specifika mallar för hur vi ska skriva avtal med medverkande finns på intranätet.

### c) Övriga upphovspersoner

För övriga upphovspersoner behövs särskild överenskommelse.

## 11:4 Bilder och filmer

För att få använda en bild eller film vid digital publicering måste vi få tillstånd från fotografen, om det inte är en SR-medarbetare som tagit bilden.

Även publiceringar av så kallade skärmdumpar kräver tillstånd av rättighetshavaren.

Tänk på att en bild eller en film kan innehålla ett verk som är upphovsrättsligt skyddat. Det kan till exempel vara ett konstverk som syns i ett foto eller ett dansverk som utförs i en video. Förutom tillstånd från

fotografen behöver du då även tillstånd från övriga rättighetshavare, som till exempel konstnärer, koreografer eller dansare.

Sveriges Radio har genom avtal med företaget TT Bild rätt att använda s k abonnemangsbilder. Vissa redaktioner kan också ha andra avtal med bildbyråer och ansvarig chef kan då informera om vad som gäller för att använda sig av bilderna.

Upphovsrätten till en bild gäller i 50 år efter det att bilden togs. Om bilden däremot kan anses vara ett konstverk gäller upphovsrätten i 70 år efter fotografens död. Det finns ingen citaträtt när det gäller stillbilder.

När vi publicerar bilder ska vi alltid ange namn på fotografen (även SR-anställda) och också namnet på bildbyrån eller företaget bilden kommer från.

Vi ska alltid tänka på att respektera fotografens verk och tanke med bilden, i synnerhet om vi måste beskära bilden.

Bilder som SR-anställda har tagit i tjänsten tillhör företaget och inte en enskild anställd.

Var extra uppmärksam vid publicering av bilder tagna av publiken så att den som skickat oss bilden eller filmen verkligen har upphovsrätten, i fall det är aktuellt.



## 11:5 Upphovsrättsligt skyddat material på digitala plattformar

Om vi vill använda externt material i form av text, ljud eller bilder i publiceringar i vår app, på vår sajt eller på våra konton i sociala medier måste vi få tillstånd till detta från respektive upphovsperson.
Våra musikrättigheter gäller inte sociala medier. Däremot kan vi använda de musikbibliotek som finns via respektive tjänst om villkoren tillåter sådan användning.

## 11:6 Skyddstid

Tänk på att olika typer av verk kan ha tidsmässigt olika långa skydd:

- Upphovsrättsliga verk av skyddas i 70 år efter upphovspersonens död.
- Fotografier som anses vara konstnärliga verk skyddas i 70 år efter upphovspersonens dött, och i 50 år efter att de togs om fotografier anses sakna vetenskapliga eller konstnärliga värden.
- Skivinspelningar skyddas i 70 år efter det år skivan spelades in.
- Framföranden och inspelningar av upphovsrättsliga verk skyddas i 50 år efter att de gjorts.

## 11:7 Juridisk hjälp

En medarbetare som är osäker på hur Sveriges Radios riktlinjer ska tolkas kan alltid vända sig till Juridikavdelningen för att få råd i frågor som rör programetik och juridik, till exempel upphovsrätt.

# 12. Anonymitet och källskydd

Det är ett grundlagsbrott att avslöja namnet på en källa som vill vara anonym. Varje person inom Sveriges Radio som kommer i kontakt med en källas identitet måste hålla den hemlig. Om en person kräver att få vara anonym är vi skyldiga att respektera det.

Ibland låter vi också en intervjuad person vara anonym för att inte orsaka en enskild en oförsvarlig publicitetsskada eller för att skydda källan mot repressalier.

I bägge fallen är det viktigt att källorna kan känna sig trygga. Eftersom många publiceringar kan höras i efterhand på våra digitala plattformar är det mycket viktigt att vi ägnar särskild uppmärksamhet åt frågor om anonymisering.


1. Meddelarskydd
2. Källskydd
3. Användning av anonyma källor
4. Bilder på anonyma eller avidentifierade
5. Dokumentation av insamlat material
6. Begäran från polis, myndigheter och andra om utlämnande av material
7. Publicerat material – förfrågningar och försäljning

## 12:1 Meddelarskydd

Meddelarskyddet innebär bland annat att den som lämnar uppgifter för publicering har rätt att förbli anonym samt en tystnadsplikt för journalister vilken innebär att man inte får avslöja vem som lämnat uppgifterna. Tystnadsplikten gäller också andra medarbetare inom Sveriges Radio som känner till en anonym källas identitet.

Den som röjer en källa bryter mot grundlagens bestämmelse om tystnadsplikt och riskerar att straffas med böter eller fängelse i högst ett år.

I väldigt sällsynta fall kan en domstol förelägga en journalist att avslöja sin källa, och om man vägrar kan man sättas i häkte i högst tre månader. I sådana ytterst sällsynta fall är det den enskilda medarbetaren som slutligen avgör hur hen vill göra.

Meddelarskyddet är en överenskommelse mellan källan och den enskilda medarbetaren. Kravet på tystnadsplikt är lika viktigt inom redaktionen som utanför. Ansvarig utgivare kan för sitt beslut om publicering behöva veta vem källan är, men då måste källan först ha godkänt detta.

Meddelarskyddet innehåller också andra delar, bl a ett efterforskningsförbud. Det betyder att det är ett grundlagsbrott om någon inom en myndighet eller annat allmänt organ försöker ta reda på en källas identitet.

Meddelarskyddet omfattar även vissa enskilda offentligt finansierade verksamheter. Det gäller verksamheter inom skola, hälso- och sjukvård samt socialtjänst.

## 12:2 Källskydd

Meddelarskyddet innebär ett straffrättsligt förbud att avslöja källan. Men som ett vidare begrepp än grundlagens meddelarskydd kan vi också tala om källskydd.

Sveriges Radio kan ha flera skäl till att hålla en uppgiftslämnares identitet hemlig. Det kan till exempel handla om ett skyddsbehov mot repressalier eller våld, respekt för privatlivet eller konkurrensskäl. Detta källskydd kan vara lika viktigt som meddelarskyddet även om det i alla delar inte innehåller straffrättsliga sanktioner.

För Sveriges Radios del är källskyddet mycket viktigt för att bevara vår trovärdighet som en fri och oberoende medieaktör. Att röja källor kan ske medvetet eller omedvetet. Den publicistiska skadan blir i båda fallen stor, och vår trovärdighet kan i sådana fall med rätta ifrågasättas.

Ansvaret för att bevara källskyddet vilar i första hand på den enskilda medarbetaren. Sveriges Radio som organisation har samtidigt en skyldighet att skapa rutiner och system som underlättar för den enskilda medarbetaren att leva upp till lagstiftningen.

För att göra oss mindre sårbara för angrepp som riskerar att medföra att andra får tillgång till källskyddat material så har du som medarbetare till uppgift att hålla dig uppdaterad om Sveriges Radios säkerhetsregler, säkerhetsrutiner samt stödjande och styrande dokument. Dessa finns på intranätet. Informationen ska hanteras utifrån dess skyddsvärde.

Sveriges Radio måste också hela tiden se över de administrativa system som används för både intern och extern kommunikation så att inte källskyddet riskeras. Känslig information får inte läcka inom företaget eller inom de system vi har tillsammans med andra public servicebolag. Om en källa ska få ersättning för exempelvis utlägg måste det finnas rutiner som gör det möjligt att betala ut pengar utan att samtidigt röja källan.

## 12:3 Användning av anonyma källor

Anonyma källor gör att en publicering kan uppfattas som mindre trovärdig och bör därför användas sparsamt. Trots det kan det ibland vara befogat med anonyma källor.

Om någon begärt anonymitet måste Sveriges Radio garantera detta annars kan det innebära ett brott mot yttrandefrihetsgrundlagen.

Alla inom Sveriges Radio som kommer i kontakt med en anonym källas identitet är bunden av tystnadsplikt.

Anonymitet kan uppnås genom att rösten utelämnas helt eller ersätts av en annan röst som exakt återger intervjuuttalanden. Röstförvrängning bör vi undvika – dels för att det inte ger garanterad anonymitet, dels för att hörbarheten försämras. Om vi exempelvis utelämnar namn och hemort men låter rösten höras så måste den intervjuade ha gått med på det eftersom hen ändå kan bli igenkänd på rösten.

Tänk på att även bilder kan vara mycket utpekande. Om en källa begärt anonymitet eller om vi tagit beslut om att någon ska avidentifieras måste vi garantera att även de bilder och filmer som vi publicerar är helt anonymiserade. Det kan exempelvis handla om bilder på hus, bilar, omgivningar som kan tillföra information om källans identitet.

Våra publiceringar finns i dag på flera plattformar. Det underlättar upprepad lyssning, ökar spridningsområdet och ökar i viss mån också möjligheterna att identifiera anonyma personer. Sända program läggs automatiskt ut efter sändning och finns sedan på vår sajt i 30 dagar. Poddar kan vara tillgängliga utan bestämd publiceringstid. Det är därför mycket viktigt att ägna särskild uppmärksamhet åt anonymisering. Om vi exempelvis använder röstförvrängning i ett radioprogram eller en podd kan någon som vill spåra källan bearbeta ljudet så att identifiering är möjlig.

## 12:4 Bilder på anonyma eller avidentifierade

Bilder kan vara mycket utpekande. Om en källa begärt anonymitet eller om vi bestämt att någon ska avidentifieras måste vi garantera att även de bilder och filmer som vi publicerar är anonymiserade. Även om en persons anletsdrag inte syns på bilden så kan detaljer i klädsel eller omgivning avslöja identiteten. Tänk också på att till exempel bilder på hus, miljöer eller bilar kan tillföra information om någons identitet.

Om vi publicerar bilder av en person som vill vara anonym eller som vi beslutat att avidentifiera måste vi tänka på att någon som vill identifiera personen kan bearbeta även en så kallad pixlad bild eller identifiera personen med hjälp av en bildsökning på internet.

## 12:5 Dokumentation av insamlat material

Medarbetare ska i möjligaste mån dokumentera det som de samlat in och spara journalistiskt material i minst sex månader så att fakta går att kontrollera ifall publiceringen leder till en anmälan till Granskningsnämnden eller Medieombudsmannen eller till en juridisk tvist.

Som medarbetare ska du alltid göra en bedömning av informationen i materialet utifrån dess skyddsvärde. Till din hjälp har du som medarbetare Sveriges Radios styrande och stödjande dokument för informationssäkerhet som du hittar på intranätet.

## 12:6 Begäran från polis, myndigheter och andra om utlämnande av material

Det är inte ovanligt att företrädare för rättsväsende, juridiska ombud eller andra vill använda Sveriges Radios publicistiska material inom ramen för rättsprocesser, brottsutredningar, myndighetsärenden eller liknande. Sveriges Radio lämnar inte ut varken publicerat eller icke-publicerat material till myndigheter, polis, kommersiella aktörer eller enskilda. Undantag från denna princip kan bara göras av verkställande direktören eller vid ett domstolsföreläggande. Innehåller material anonyma källor lämnas det som regel inte heller ut efter ett domstolsföreläggande.

Om en medverkande i våra program vill ta del av sin medverkan och vill ha en kopia på inspelningen ska vi hänvisa till den digitala publiceringen som finns att tillgå externt.

Utgångspunkten är att vi ska kunna samla in och publicera vilket material som helst utan risk för att allmänheten kan misstänka att vi genom att lämna ut materialet till andra går olika parters ärenden. Man ska som medverkande eller källa alltid kunna lita på att Sveriges Radios material är insamlat för journalistiska syften och används inom ramen för vår publicistik.

Förfrågningar från myndigheter eller enskilda som vill använda vårt material i brottsutredningar eller rättsprocesser hänvisas alltid till Juridikavdelningen.

Om polis eller företrädare för någon annan myndighet begär tillträde till våra lokaler ska kontakt alltid tas med Juridikavdelningen.

## 12:7 Publicerat material – förfrågningar och försäljning

Material, exempelvis ljud eller bild som en anställd har framställt i tjänsten, tillhör Sveriges Radio och inte den enskilda medarbetaren.

En utomstående som kontaktar en redaktion eller en medarbetare och vill ta del av Sveriges Radios publicerade material hänvisas i första hand till tillgängliga digitala publiceringar.

Förfrågningar från allmänheten eller produktionsbolag m fl om användning/licensiering av Sveriges Radios material ska hänvisas till licensieringsansvarig på Kommunikationsenheten. Det finns restriktioner för vilka ändamål Sveriges Radio kan sälja eller låta andra aktörer använda materialet.

Licensieringsansvarig hanterar och säljer material till produktionsbolag, musikbolag, utställningsproducenter och andra publika användare. Om materialet bedöms innehålla känsliga uppgifter överlägger licensieringsansvarig med berörd redaktion.

Även musiker och andra som vi spelat in och som vill ha en kopia av inspelningen för egen utgivning ska hänvisas till licensieringsansvarig. Privatpersoner kan inte köpa kopior av enskilda program.

Om en medverkande i våra program vill ta del av sin medverkan och vill ha en kopia på inspelningen ska vi hänvisa till den digitala publiceringen som finns att tillgå externt.

Förfrågningar från myndigheter eller enskilda som vill använda vårt material i brottsutredningar eller rättsprocesser hänvisas till Juridikavdelningen.

# 13. Medverkande och uppgiftslämnare

Vi bemöter våra medverkande och uppgiftslämnare med respekt och visar dem hänsyn utan att för den skull ge avkall på vårt oberoende, vår opartiskhet och källkritiska hållning. När det gäller barn och ungdomar ska vi vara omsorgsfulla med att både värna deras yttrandefrihet och samtidigt skydda deras integritet.


1. Intervjuade och medverkande
2. Barn och ungdomar
3. Dokumentärer och samhällsreportage
4. Misstänkta, kriminella och vittnen
5. Begäran från polis att avstå från publicering
6. Personer som vägrar delta
7. Embargo
8. Betalning för intervju eller tips


## 13:1 Intervjuade och medverkande

En person som intervjuas bör som regel alltid få veta att den som intervjuar är en SR-medarbetare och vilken fråga intervjun gäller.

I vissa fall kan vi frångå den principen om det är enda sättet att få en person till mikrofonen och frågan har ett stort allmänintresse. Det kan till exempel gälla personer som uppenbart undviker att svara på en för allmänheten viktig men känslig fråga. Det kan också handla om personer som sysslar med brottslig verksamhet eller antidemokratiska aktiviteter. Men även de har rätt att bemöta eventuell kritik som fram-

förs mot dem i våra publiceringar, och därför måste de kontaktas före publicering.

Vi kan också göra undantag vid till exempel busringningar i humor- och underhållningsprogram, men då är regeln att vi efteråt ringer upp och berättar att vi spelat in tidigare samtal och att samtalet kommer sändas.

Personer som vi ber vara med i olika sammanhang har också rätt att i förväg få veta om det handlar om en ren intervju eller om en debatt. De har dessutom rätt att få veta vilket ämne det gäller och om intervjun bandas, och därmed kommer att redigeras, eller om den är direktsänd.

Debattdeltagare ska om möjligt få veta vilka andra personer som kommer att delta i debatten.

Om syftet med ett samtal är att få bakgrundsinformation har medarbetare rätt att spela in vad intervjupersonen säger utan att uppge att det görs. Det inspelade materialet får däremot inte publiceras utan att ansvarig utgivare eller chef har godkänt det. Innan vi publicerar bör vi som regel också informera den person som utan vetskap blivit inspelad.

Vi har ingen skyldighet att lämna ut intervjufrågor i förväg, och ingen har rätt att kräva att få ta del av vårt material innan det publiceras. Om någon kräver att vi ska avstå från att publicera till exempel ett inslag eller program så ska vi lyssna till invändningarna och värdera dessa utifrån regelverket, men ingen kan hindra oss att publicera. Uppstår oklarheter ska ansvarig chef/utgivare kontaktas för avgörande.

Så länge du som medarbetare själv deltar i samtalet har du laglig rätt att spela in det.

## 13:2 Barn och ungdomar

Vi ska ta särskild hänsyn till barn och ungdomar som medverkar i våra publiceringar. De har av naturliga skäl svårare att sätta sig in i konsekvenserna av att medverka i medier, och det är vårt publicistiska ansvar att se till att deras integritet inte kränks. Det är också vårt ansvar att inte publicera uttalanden från barn och ungdomar som kränker integriteten hos deras föräldrar eller andra i omgivningen om det inte kan motiveras av ett oavvisligt allmänt intresse.

Ju yngre barnen är, desto mer försiktiga måste vi vara. Men tonåringar som söker uppmärksamhet genom att gärna medverka i medier

kanske inte heller alltid är medvetna om hur deras medverkan kan påverka deras liv för lång tid framöver. Därför måste barnens och tonåringarnas mognadsgrad i kombination med ämnets känslighet vägas in vid beslut om deras medverkan.

Vi behöver inte ha föräldrars eller vårdnadshavares tillstånd för att intervjua barn i deras egen miljö, till exempel i skolor, i förskolor, ute på stan eller på kaféer eller fritidsgårdar där äldre barn vistas. Med hänsyn till deras integritet är det däremot inte säkert att vi kan publicera intervjuerna – i sådana fall kan en lösning vara att låta barnen vara anonyma.

Det är också viktigt att komma ihåg att vi kan behöva tillstånd från den skola eller förskola vi vill gå in på för att göra intervjuer. Det hänger samman med vad vi har laglig rätt att göra på enskilda platser, - själva intervjuerna kräver inget tillstånd.

Ibland kan det vara så att en publicering inte ligger i föräldrarnas intresse men däremot i barnets. Då måste vi överväga hur vi på bästa sätt kan värna barnets yttrandefrihet och samtidigt skydda barnet, till exempel genom anonymitet.

Andra gånger kanske det är föräldrarna som vill att deras barn ska framträda i medierna trots att det skulle kunna kränka barnets integritet – även då måste vi ta hänsyn till barnet och ge barnet anonymitet eller till och med avstå från publicering.

Om vi gör en överenskommelse med barn om att de ska gå till andra platser eller ger dem något slags uppdrag måste vi ha vårdnadshavares tillstånd eftersom vi då ingår avtal med dem, och det har barn inte rätt att göra annat än undantagsvis.

På offentliga platser får vi inte bara spela in utan också fotografera minderåriga. Vi bör dock vara försiktiga vid publicering eftersom ett barn till exempel kan leva under skyddad identitet. Är du osäker bör du därför fråga föräldrar, vårdnadshavare eller personal från skolan eller förskolan.

## 13:3 Dokumentärer och samhällsreportage

Sveriges Radios dokumentärer och långa samhällsreportage lägger ofta tonvikt på att lyfta fram enskilda människor och deras berättelser. Då måste vi vara extra uppmärksamma på den personliga integriteten.



Balansgången mellan det personliga och privata är svår, liksom mellan personlig integritet och allmänintresse, och regelverket ställer höga krav på noggranna bedömningar. Tänk på att den typen av program ofta har en lång livslängd och att besluten måste hålla över tid.

Det finns alltid minst två sidor av en relation eller händelse. Om det råder tveksamhet inför en publicering bör alltid ansvarig chef/utgivare delta i diskussionen kring hur materialet ska presenteras, och då ska alltid den andra och i vissa fall den tredje partens situation övervägas. Även i digitala publiceringar ska alla aspekter av en historia vara med så att publiken kan få en komplett bild. Speciellt viktigt är det om barn medverkar eller på annat sätt kan påverkas av vår publicering.

Vi behöver också ta hänsyn till att intervjupersoner ofta är ovana vid genomslagskraften en publicering i Sveriges Radio har, och därför måste vi vara extra uppmärksamma och tydliga mot dem vi intervjuar.

Vid reprisering av dokumentärer med utomstående medverkande behöver vi alltid göra en ny publicistisk bedömning av innehållet utifrån relevans och allmänintresse och ta hänsyn till den tid som förflutit sedan den person som medverkade valde att ställa upp.

## 13:4 Misstänkta, kriminella och vittnen

En brottsmisstänkt person är en av parterna i en rättsprocess. Som i all annan bevakning bör alla parter höras även inom kriminaljournalistiken. Det sker också – även misstänkta som sitter häktade med restriktioner får normalt komma till tals i våra publiceringar genom sina försvarsadvokater. Att låta en misstänkt själv höras hos oss är inte uteslutet eftersom det normalt balanseras av uppgifter om polisens misstankar mot den misstänkte. Vi måste samtidigt ta hänsyn till våra publiceringars stora genomslagskraft och även till offret

Ansvarig chef/utgivare ska även avgöra om den personliga integriteten kränks, till exempel om anhöriga till en misstänkt kan drabbas. Kanske finns det barn som vi ska ta extra hänsyn till.

En intervju med en efterspanad brottsling ska ha godkänts av ansvarig chef innan intervjun publiceras. Vi ska vara mycket restriktiva med att publicera sådana intervjuer bland annat med hänsyn till offren.

Att intervjua och träffa en brottsling kan i sig innebära att du begår

ett brott, till exempel skyddande av brottsling. Tänk på att inte följa med personer när de begår brottsliga handlingar. Det finns risk att du då kommer medverka till eller på annat sätt göra dig skyldig till brott. Om du överväger att följa med en person som du vet kommer begå brott eller riskerar att begå brott prata alltid igenom detta på förhand med din chef.

Om vi publicerar en intervju med en dömd person bör vi fundera på om intervjun i sig kan vara till men för den dömdes anhöriga eller för eventuella brottsoffer eller deras familjer.

Även intervjuer med brottsvittnen ställer stora krav på eftertanke. Vi måste överväga om intervjun i sig kan innebära fara för den intervjuade.

Om vi intervjuar ett vittne till ett brott ska vi vara medvetna om att hen då kanske inte längre får samma värde som vittne i en rättegång. Det kan ändå vara befogat att publicera en sådan intervju om det personen tillför vår rapportering är av mycket stor betydelse. Detta avgörs av ansvarig chef.

Speciell eftertanke krävs om vi intervjuar personer som kan anses vara brottslingar i sina hemländer. Hemlandets rättssystem kan skilja sig mycket från det svenska. Vid osäkerhet ska ansvarig chef kontaktas.

## 13:5 Begäran från polis att avstå från publicering

I samband med en polisinsats kanske vi ställs inför kravet att vi ska avstå från publicering. En sådan uppmaning från polisens eller åklagarens sida kan ha olika motiv – en brottsutredning kanske kan lida skada eller också kan publiceringen medföra allvarliga risker för liv och hälsa. En sådan begäran kan dock strida mot censurförbudet. I dessa fall är det ansvarig utgivare som fattar beslut om publicering.

## 13:6 Personer som vägrar delta

Om en person inte vill ställa upp på en intervju ska det inte hindra oss från att publicera. Vi ska då tydligt redovisa för publiken att personen har tackat nej. Om publiceringen bygger på en persons egna berättelse och personen inför publicering ändrar sig och inte vill vara med, måste vi göra en bedömning av om en publicering mot intervjupersonens vilja



kan utgöra en publicitetsskada eller ett förtal. Kontakta alltid ansvarig utgivare om det finns risk för förtal.

Vi ska i sådana fall fundera på om det finns kända ställningstaganden i den aktuella frågan från den person som har tackat nej. I de fall redaktionen känner till personens uppfattning ska den redovisas, till exempel genom citat, för att ge publiken möjlighet att skaffa sig en egen uppfattning i frågan.

Samma riktlinjer gäller om vi trots ansträngningar inte lyckats nå en person. Om publiceringen innehåller allvarliga angrepp på den personen måste ansvarig chef ta ställning till om vi ska publicera trots att personen inte har kunnat nås.

Den som blir intervjuad ska aldrig själv kunna ”beställa” en specifik reporter. Det är Sveriges Radio som bestämmer vem eller vilka som ska intervjua en viss person. Uppstår oklarheter kring detta ska ansvarig chef kontaktas.

## 13:7 Embargo

Grundregeln är att vi själva inom Sveriges Radio väljer vad, var och när vi ska publicera. Om vi ändå har tagit emot ett material som är förknippat med ett embargo, dvs en överenskommelse om att inte publicera materialet före en viss tidpunkt, bör vi stå fast vid det. Vi ska däremot bara i undantagsfall göra sådana överenskommelser om materialet bedöms ha ett stort allmänintresse. Om någon annan bryter embargot står det oss fritt att också publicera, vilket ska göras klart innan vi accepterar uppgörelsen om embargo.

## 13:8 Betalning för intervju eller tips

Sveriges Radio betalar i normala fall inte för att en person ska ställa upp på en intervju. Undantag finns för medlemmar i Författarförbundet som får avtalsenlig ersättning när de talar om sitt eget eller andras författarskap eller medverkar i paneler, debatter och samtal. Övriga undantag från denna riktlinje kan endast ges av ansvarig chef. Vid extraordinära omständigheter kan tipspengar betalas ut till personer som förser oss med information, men då måste vi alltid se till att vi i samband med utbetalningen inte röjer vår källa. Utbetalning av tipspengar kan bara godkännas av divisionschef eller chef på högre nivå.

# 14. Respekt för privatlivet

Sveriges Radio ska respektera den personliga integriteten, och vi rapporterar bara om integritetskänsliga uppgifter om de har ett uppenbart allmänintresse. Det finns inget hinder för oss att ta initiativ till en granskning av aspekter som rör någons privatliv så länge det finns ett sådant allmänintresse och publiceringen inte leder till en oförsvarlig publicitetsskada. Också under produktionsarbetet visar vi respekt för enskilda människor.

1. Namn- eller bildpublicering och andra identifierande uppgifter
2. Bilder
3. Ändring eller avpublicering i digitala publiceringar
4. Hänsyn till anhöriga och drabbade
5. Utpekande av andra
6. Självmord
7. Begravningar
8. Döda, skadade eller saknade
9. Olycks- och katastrofplatser
10. Pågående nyhetshändelse
11. Chockade, skadade och sörjande

## 14:1 Namnpublicering och andra identifierande uppgifter

Vi är i grunden restriktiva när det gäller namn- och bildpublicering. Bara i undantagsfall bildpublicerar vi eller namnger till exempel misstänkta brottslingar. Det ska då finnas ett uppenbart allmänintresse. Det räcker inte med allmän nyfikenhet. Vi ska även vara försiktiga med namn och bild på misstänkta brottslingar eller personer som står åtalade för brott. Detta gäller även efter att någon blivit dömd, särskilt om domen inte vunnit laga kraft. En dom innebär inte per automatik att det finns ett oavvisligt allmänt intresse som motiverar att peka ut den dömde.

Publicering av identifierande uppgifter ska oavsett publiceringsform godkännas av ansvarig chef/utgivare eftersom det kan finnas risk för förtal.

Även om vi avstår från namn- och bildpublicering måste vi tänka på att andra uppgifter, till exempel röst, yrke, ålder, hemort, släktskap, eller uttryckssätt, kan leda till identifiering.

Ansvarig utgivare, som ensam är ansvarig för eventuella brott mot yttrandefrihetsgrundlagen som exempelvis förtal, fattar alltid självständiga beslut oavhängigt av vilka beslut andra utgivare på Sveriges Radio fattar i samma fråga. För Sveriges Radios del innebär det att publiceringsbeslut i en och samma radiokanal eller på företagets olika plattformar kan variera beroende på vilken redaktion som gör publiceringen. Så långt det är möjligt ska en ansvarig utgivare informera om och diskutera utgivarfrågor som berör andra ansvariga utgivare inom Sveriges Radio.

Fundera särskilt över namn-, bild- och röstpublicering eller andra identifierande uppgifter på digitala plattformar. Publicering av inslag eller program på vår sajt där en person utpekas i kränkande sammanhang innebär att personen är sökbar under lång tid framöver.

När det gäller sociala medier med kommentarsfunktioner ska vi också noga fundera igenom om det är lämpligt att publicera inlägg där vi valt att inte identifiera den medverkande eller inslag som innehåller integritetskänsliga uppgifter. Om vi ändå publicerar ska vi se till att hålla koll på kommentarsfältet. Det finns nämligen risk för att någon

annan i en kommentar namnger den som vi har valt att anonymisera. Om någon i kommentarsfältet namnger en person som vi avidentifierat ska den kommentaren tas bort enligt Sveriges Radios kommentarsregler.

Vi hänvisar eller länkar inte heller från våra egna plattformar till publiceringar hos andra där en person identifieras om vi själva har valt att anonymisera hen.

## 14:2 Bilder

En bild är mycket identifierande. Vi är försiktiga vid bildpubliceringar. Om en bild kan uppfattas som kränkande för någons privatliv eller innebära förtal så är det en fråga för ansvarig utgivare. Enligt praxis ska bilden i sig ha ett uppenbart allmänintresse för att anses vara motiverad vid publicering. Se alltid till att bildvalet i digitala publiceringar följer utgivarbeslut om eventuell avidentifiering i program.

Även om en persons anletsdrag inte syns på bilden så kan bakgrund eller detaljer som t ex klädsel, frisyr, smycken eller tatueringar avslöja identiteten. Bilder på personens bostad, arbetsplats, bil eller liknande kan också vara avslöjande. Vi måste också tänka på att någon som vill identifiera en anonym person kan bearbeta även så kallade pixlade bilder eller identifiera personen med hjälp en bildsökning på internet.

## 14:3 Ändring eller avpublicering i digitala publiceringar

När någon vänder sig till oss och önskar att vi tar bort en digital publicering måste en bedömning göras i varje enskilt fall om det är motiverat av publicistiska eller andra anledningar som till exempel säkerhetsskäl. Det är ansvarig utgivare som ska ta ställning till om identifieringen i publiceringen fortfarande kan motiveras exempelvis av ett uppenbart allmänintresse eller är fortsatt försvarlig enligt förtalsbestämmelsen. Ett allmänintresse kan ha minska över tid. Det kan också finnas andra skäl än de rättsliga eller medieetiska att anonymisera eller avpublicera exempelvis om den medverkande var väldigt ung när denna var med i publiceringen eller om det föreligger hot mot personen m.m. Beslut fattas från fall till fall av utgivaren.

Dataskyddsförordningen GDPR gäller inte publiceringar som gjorts på grundlagsskyddade sajter. Den gäller heller inte publiceringar som anses ha journalistiska ändamål.


ridge radio

I direktsändningar kan det uppstå situationer där någon lämnar uppgifter som vi inte skulle ha publicerat i ett förproducerat inslag, och som i sin tur kan leda till förtal eller publicitetsskada. Ansvarig utgivare kan i sådana lägen fatta beslut om att klippa om inspelningen i efterhand och ta uppgifterna. Om vi redigerar innehållet på detta sätt bör vi uppge i anslutning till publiceringen att programmet har ändrats av publicistiska skäl. Vi måste också vara noga med att inte återupprepa de uppgifter som kan vara kränkande.

## 14:4 Hänsyn till anhöriga och drabbade

Vid namn- och/eller bildpublicering och andra identifierande uppgifter ska vi också ta hänsyn till den namngivnas anhöriga. Kanske finns det minderåriga barn som kan ta skada. Om vi sänder intervjuer med dömda personer bör vi fundera på om intervjun i sig kan vara till men för de dömdas anhöriga eller för eventuella brottsoffer eller deras familjer.

När vi berättar om brottsfall ska vi ta speciell hänsyn till brottsoffer och anhöriga till dem som är inblandade i brottet.

Vi ska vara vaksamma så att publiken inte genom våra publiceringar kopplar oskyldiga anhöriga till ett brott. Vi ska bara berätta om en brottslings familjeförhållanden och privatliv om detta har någon betydelse för själva bakgrunden till brottet och därmed är relevant.

## 14:5 Utpekande av andra

Vi måste vara uppmärksamma så att intervjuade eller medverkande i våra publiceringar inte pekar ut andra berörda personer på ett sådant sätt att deras privatliv kränks eller så att de förtalas.

Även om de som medverkar i Sveriges Radio vill berätta om sina egna upplevelser ska vi se till att inte andra som också berörs utpekas och därmed riskerar en publicitetsskada. Bara för att det finns ett allmänintresse för det som en person berättar betyder inte det att det får lämnas integritetskänsliga uppgifter om andra berörda som kan lida en publicitetsskada.

Detta gäller även om de som medverkar i våra publiceringar berättat sin historia i andra sammanhang tidigare, till exempel i en bok.

## 14:6 Självmord

Vi är restriktiva när det gäller att ange självmord som dödsorsak. Att rapportera om ett självmord kan leda till publicitetsskada och innebära stora men för de efterlevande. Undantag görs då det finns ett uppenbart allmänintresse, och beslut fattas då av ansvarig chef och/eller ansvarig utgivare.

Däremot kan vi i våra publiceringar självklart rapportera om självmord som fenomen men då vara försiktiga med att berätta detaljer om till exempel tillvägagångssätt som kan vara triggande. Undvik spekulationer.

Medieombudsmannen (MO) har tagit fram en checklista för sådant man ska tänka på vid rapportering av självmord. Checklistan finns att ta del av på Medieombudmannens hemsida.

När vi rapporterar om självmord ska vi överväga att i anslutning till publiceringen lämna information till publiken om var man kan söka hjälp om man själv behöver det.

## 14:7 Begravningar

Vi ska som regel bara bevaka eller rapportera från en begravning om familjen till den avlidna har gett sitt samtycke. Det ska finnas mycket starka skäl för att frångå denna princip.

Bevakning av en begravning ska ske med stor omsorg om de anhöriga, och vi ska undvika närgångna intervjuer med de sörjande.

## 14:8 Döda, skadade eller saknade

Vi ska alltid ta hänsyn till risken att anhöriga via vår rapportering nås av uppgifter om att deras familjemedlem eller släkting råkat illa ut innan de anhöriga är underrättade på annat sätt. En anhörig ska inte nås av till exempel ett dödsbud via våra publiceringar. Det kan finnas skäl att frångå denna princip om det gäller väldigt högt uppsatta officiella personer och vi har en absolut säker bekräftelse.

Om det handlar om att namnge döda, skadade eller saknade personer så är det ett beslut för ansvarig chef.

Om vi avstår från att namnge kan det ibland leda till oro hos en större del av publiken än om vi hade valt att namnge. Vi ska därför sträva efter att så få personer som möjligt oroas genom att berätta fakta utan att det leder till identifiering. Sådana fakta kan till exempel vara flyglinje, färjebolag, destination eller avgångsort.

## 14:9 Olycks- och katastrofplatser

När vi rapporterar från en olycksplats eller ett katastrofområde får vi givetvis inte uppträda på ett sådant sätt att det försvårar viktigt räddningsarbete. Reportrar på plats måste vara extra uppmärksamma på den risken och i första hand inrikta arbetet på att fort få en uppfattning om olyckans eller katastrofens omfattning. Faktauppgifter tenderar att snabbt ändras, och det är därför extra viktigt att stämma av fakta med mer än en källa.

Vi ska vara väldigt försiktiga med att slå fast eller spekulera i antalet döda eller skadade.



## 14:10 Pågående nyhetshändelse

Om det händer något i samhället med stort nyhetsvärde ska vi självklart rapportera om detta. Det är dock viktigt att vi, även när vi har lite information och måste agera snabbt, är försiktiga med att slå fast eller spekulera i vad som har hänt och hur många som är döda eller skadade. Om vi är osäkra på om den uppgift vi har stämmer ska vi alltid säga att det är en obekräftad uppgift.

Under ett pågående nyhetsskede ska vi omedelbart rätta tidigare felaktiga faktauppgifter eller återkomma och berätta vad som blivit bekräftat.

## 14:11 Chockade, skadade och sörjande personer

Vi ska undvika att intervjua personer som kan vara i chock eller på annat sätt starkt känslomässigt berörda. Detta gäller särskilt i direktsändning. Om vi ändå beslutar oss för att göra en intervju så måste det ske med stor omsorg och intervjun bör helst vara förinspelad. Tänk på att chockade personer kan uppträda till synes lugnt och rationellt. Är den chockade personen minderårig ska ansvarig utgivare alltid tillfrågas innan vi gör en intervju och publicerar den.

Eventuellt chockade personer ska i första hand intervjuas om saker som de själva har varit med om. Det är inte lämpligt att be om allmänna omdömen. Det ligger också ett speciellt ansvar att avgöra om en intervju med en eventuellt chockad, skadad eller sörjande person verkligen ska publiceras.

# 15. Arbetsmetoder

I våra program ska vi respektera den enskildas privatliv och personliga integritet. Vår trovärdighet påverkas inte bara av innehållet i publiceringarna utan också av hur vi agerar under produktionsarbetet. I det här kapitlet finns även en sammanfattning av de bestämmelser som reglerar vår rätt att göra inspelningar och fotografera.


1. Dold mikrofon
2. Dold och kränkande fotografering
3. Dold/falsk identitet
4. Hemliga inspelningar gjorda av andra
5. Telefonintervjuer
6. Inspelning av samtal för bakgrundsinformation
7. Miljöljud
8. Redigering av inspelade intervjuer
9. Vår rätt att göra inspelningar och fotografera
10. Följa med poliser eller brottslingar
11. Sociala medier som research- och kontaktverktyg
12. Offentlighetsprincipen


## 15:1 Dold mikrofon

Huvudprincipen är att vi talar om för en intervjuad att en inspelning sker. Att arbeta med dold mikrofon tillhör inte vardagsrutinerna för Sveriges Radios redaktioner eller kanaler. Även om det inte finns något lagligt hinder att sända en inspelning gjord med dold mikrofon så kan det vara kränkande för den personliga integriteten och skada Sveriges

Radios trovärdighet och anseende. Bara i mycket speciella fall, som måste bedömas av ansvarig chef, kan det vara försvarligt att sända dolda inspelningar.

Vi ska inte använda dold mikrofon enbart för att höja dramatiken kring ett inslag. Däremot kan det vara befogat att använda dold mikrofon om det inte går att få informationen på något annat sätt. Det kan till exempel handla om att fånga uttalanden på band som är bärande för vår
rapportering, till exempel i speciella fall av undersökande journalistik, eller för att skydda våra egna medarbetares säkerhet vid exempelvis rapportering från farliga områden.

En inspelning med dold mikrofon av ett samtal där en medarbetare inte själv deltar kan vara ett brott – olovlig avlyssning (buggning).

## 15:2 Dold och kränkande fotografering

Att arbeta med dold kamera tillhör inte vardagsrutinerna inom Sveriges Radio eftersom det kan skada vår trovärdighet. Vi kan bara använda dold kamera i speciella fall, och det är ansvarig chef som i så fall ska bestämma detta.

Den medarbetare som använder dold kamera måste vara medveten om att det i vissa fall är ett brott att i hemlighet fotografera eller filma någon som befinner sig i sin privata miljö eller på en annan plats som är tänkt att vara privat, till exempel en toalett, ett omklädningsrum eller liknande.
Fotografering är inte brottslig om den är försvarlig med tanke på syfte och sammanhang. Det kan till exempel handla om fotografering som ett led i journalistiskt nyhetsarbete. För att avgöra om en fotografering är försvarlig måste du som medarbetare göra en helhetsbedömning i det enskilda fallet. Du kan kontakta våra jurister för att få råd.

## 15:3 Dold/falsk identitet

Undantagsvis kan ett förtäckt deltagande, det vill säga användandet av falsk identitet, vara motiverat i samband med exempelvis undersökande journalistik. Användandet av falsk identitet till exempel i sociala medier jämställs här med användandet av dold mikrofon. Du ska alltid samrå-

da med din chef innan du bestämmer dig för att försöka använda falsk identitet.

I vissa situationer kan användandet av falsk identitet riskera att ställa en medarbetare inför risker att begå brott, till exempel förfalskningsbrott vid undertecknande av handlingar.

## 15:4 Hemliga inspelningar gjorda av andra

Om vi får tillgång till dolt inspelat material som någon annan än våra egna medarbetare har spelat in gäller principen att vi alltid ska ställa oss frågan om vi själva hade valt att använda dold inspelning vid motsvarande tillfälle.

Dessutom bör vi försöka klargöra om inspelningen gjorts på lagligt sätt eller om det rör sig om olovlig avlyssning, dvs buggning. Det finns inget förbud mot att sända olovliga avlyssningar, men vi ska vid publicering vara medvetna om att vi därmed kan avslöja andra som brottslingar, dvs den som spelat in materialet.

Var också uppmärksam på att inspelningen kan vara manipulerad genom redigering eller någon typ av AI-bearbetning.

Det är ansvarig chef som beslutar om vi ska publicera hemliga inspelningar gjorda av andra än oss själva.

## 15:5 Telefonintervjuer

Vi ska i regel uppge för personer som vi talar med i telefon att de blir intervjuade och att intervjun spelas in om så är fallet. I undantagsfall, efter klartecken från ansvarig chef, kan en inspelad telefonintervju sändas trots att personen som intervjuats varit omedveten om inspelningen. Det handlar då nästan uteslutande om speciella fall av undersökande journalistik eller exempelvis busringningar i humorprogram. Då är regeln att vi före publicering ringer upp och berättar att vi har spelat in tidigare samtal och att det nu kommer att publiceras

## 15:6 Inspelning av samtal för bakgrundsinformation

Vi har rätt att spela in ett samtal där syftet är att få bakgrundsinformation utan att uppge det för den person vi talar med. Vill vi senare publicera en inspelning av ett sådant bakgrundssamtal, som alltså inte är en regelrätt intervju, krävs medgivande från ansvarig chef. Vi ska då i efterhand informera den berörda personen om att en inspelning har skett och att den kommer att sändas.

## 15:7 Miljöljud

Vi kan alltid spela in miljöljud med öppen mikrofon, men vid publicering måste vi ta speciell hänsyn så att inte någon enskild person som figurerar i bakgrunden av misstag misskrediteras.

Observera att en inspelning med dold mikrofon av ett samtal där en medarbetare inte själv deltar kan vara ett brott – olovlig avlyssning.

## 15:8 Redigering av inspelade intervjuer

Vi ska redigera inspelade intervjuer med omsorg. Andemeningen eller betydelsen i intervjusvaren får inte förändras genom redigering. Vi följer principen att ge plats för den intervjuades bästa argument.

Vid redigering av intervjuer i kontroversiella ämnen ska reportern se till att råintervjun sparas i minst sex månader.

## 15:9 Vår rätt att göra inspelningar och fotografera

### a) Offentliga platser

På offentliga platser får vi spela in och fotografera utan tillstånd eftersom alla har rätt att uppehålla sig där. Detta gäller om det inte strider mot den lokala ordningsstadgan för platsen. Offentliga platser är gator, vägar, torg, parker och liknande men inte till exempel gallerior, sjukhus och skolor (se vidare under c).

Offentliga möten kan spelas in och fotograferas, men vi måste vid publicering tänka på att upphovsrättsliga regler kan gälla för sådana

möten. Om någon framför eller visar ett upphovsrättsligt skyddat verk på en offentlig plats, till exempel vid musikföreställningar eller då någon läser högt ur en bok, gäller upphovsrättsliga regler och godkännande från upphovspersonen kan behövas före publicering.

När det gäller fotografier av konstverk som är permanent placerade utomhus på en offentlig plats får man publicera bilder på dem utan upphovspersonens tillstånd. Detta gäller bara permanenta konstverk, alltså inte tillfälliga utställningar utomhus.

Om ett framförande eller verk skulle höras eller synas i bakgrunden under en nyhetshändelse behöver man inte upphovspersonens tillstånd. Om nyheten gäller att en känd artist spelar i Sverige och vi därför intervjuar någon utanför arenan kan det eventuella ljud som läcker ut vara med i bakgrunden. Kommer ett konstverk med som en oväsentlig del av en bild från exempelvis en demonstration eller intervju är det inte heller i konflikt med upphovsrätten.

Även om vi har laglig rätt att fotografera på offentliga platser bör vi som huvudregel respektera förbipasserandes önskemål om att inte bli fotograferade. Vi får också fotografera allmänna sammankomster, till exempel demonstrationer eller manifestationer på allmänna platser, men före publicering måste ansvarig chef bedöma om det kan leda till publicitetsskada för dem som syns på bilderna.

Vi ska också vara försiktiga vid olycksplatser och brottsplatser där det kan finnas döda, skadade och chockade människor. I vissa fall kan spridning av bilder från till exempel olycksplatser vara brottsligt och utgöra ett olaga integritetsintrång. Det gäller dock inte för journalister som i sin yrkesutövning tar bilden för publicering i ett grundlagsskyddat medium. Tänk dock på att sociala medier inte är ett sådant grundlagsskyddat medium – det kan därför finnas skäl att vara återhållsam med olycksplatsbilder och liknande i sociala medier. Oavsett publiceringsplattform ska vi alltid tänka på att en publicering av bilder på offer eller skadade kan strida mot bestämmelsen om respekt för enskildas privatliv.

På offentliga platser får vi också fotografera minderåriga. Vi bör dock vara försiktiga vid publicering av bilderna eftersom ett barn till exempel kan leva under skyddad identitet. Är du osäker bör du därför fråga föräldrar, vårdnadshavare eller personal från skolan eller försko-

lan. Det händer att personal på exempelvis skolor uppger att fotografering inte är tillåten med hänsyn till dataskyddsförordningen (GDPR), men den regleringen gäller inte för journalistisk verksamhet. Däremot kan vi behöva tillstånd från skolan eller förskolan för att komma in där och göra intervjuer eller fotografera, men det beror då på att det handlar om en enskild plats.

### b) Skog och mark

Med stöd av allemansrätten har var och en rätt att vistas i skog och mark under förutsättning att det inte orsakar skada. Eftersom vi har rätt att vara där har vi även rätt att spela in och fotografera om det inte orsakar skada i naturen.

### c) Gallerior, sjukhus, skolor, fabriker och andra enskilda platser

För så kallade enskilda platser, till exempel kontor, inbyggda gallerior, sjukhus, skolor, industrilokaler, teaterlokaler, restauranger, butiker eller liknande, gäller att den som disponerar platsen, till exempel butiksinnehavaren eller fastighetsägaren, har rätt att bestämma vem som får vistas där och vad som får ske där, till exempel inspelning, fotografering eller sändning därifrån.

Förbud kan meddelas muntligen eller genom ett anslag eller liknande och bör som huvudregel respekteras.

När det exempelvis gäller konserter, utställningar och teaterföreställningar på enskilda platser finns det ofta anslag om att inspelning eller fotografering inte får ske. Man ska respektera detta önskemål om man vill stanna kvar på platsen. Den som bestämmer över platsen kan alltså avvisa en besökare med hänvisning till att inspelning eller fotografering inte är tillåten. Det är dock viktigt att komma ihåg att den som medger eller förbjuder tillträde till platsen inte har någon rätt att bestämma över vad som slutligen publiceras. Den som bestämmer över platsen har heller ingen rätt att beslagta inspelningsutrustning, kamera eller inspelat material. Det kan dock finnas upphovsrättsliga skäl till att man inte kan spela in eller publicera inspelningar eller fotografier från exempelvis en teaterföreställning.

Att stanna kvar på några av de ovan nämnda platserna kan vara en brottslig handling (olaga intrång). Ansvaret för den brottsliga handlingen ligger på den enskilda medarbetaren och inte på chef eller ansvarig utgivare.

### d) Platser som allmänheten har tillträde till under vissa tider

Till vissa av de enskilda platser som nämnts under punkten c har allmänheten tillträde under vissa tider på dygnet, till exempel myndighetsexpeditioner, kommunhus, allmänna kommunikationsmedel, väntsalar, gallerior, skolgårdar samt teater- och biograffoajéer. På de platserna får man vistas om man har ett behörigt ärende. Vi anser att det är ett behörigt ärende att göra en inspelning om det inte stör verksamheten på platsen eller i lokalen.

På dessa platser kan man under öppettiderna inte göra sig skyldig till olaga intrång.

### e) Bostäder och hemmiljöer

Om man utan lov tränger in i eller stannar kvar i någon annans bostad gör man sig skyldig till hemfridsbrott. Som bostad räknas både permanenta och tillfälliga bostäder, till exempel rum, hus med omgivande trädgård, fartyg, hotellrum, båthytt, tält och husvagn. Man måste alltså alltid i förväg ha tillstånd från den boende.

Man begår hemfridsbrott om man utan tillåtelse till exempel går in i ett hus eller klättrar över ett staket in på en gård. Det är däremot inte brottsligt att gå in på en gård genom en grind för att söka någon i bostaden eller trädgården såvida man inte redan vet att bostadsinnehavaren motsätter sig det, till exempel genom ett anslag.

Även om bostadsdörren är olåst eller öppen gör man sig skyldig till hemfridsbrott om man utan tillstånd går in i bostaden. Detta gäller även om bostaden för tillfället är tom.

Man kan dock fotografera in i till exempel trädgården utan att göra sig skyldig till brott även om det sedan kan finnas etiska invändningar mot att publicera bilden.

I vissa fall är det brottsligt att i hemlighet fotografera eller filma någon som befinner sig i sin privata miljö eller på en annan plats som

är tänkt att vara privat, till exempel en toalett, ett omklädningsrum eller liknande. Fotografering är inte brottslig om den är försvarlig med tanke på syfte och sammanhang. Det kan exempelvis handla om fotografering som ett led i journalistiskt nyhetsarbete. För att avgöra om en fotografering är försvarlig måste du som medarbetare göra en helhetsbedömning i det enskilda fallet. Du kan kontakta våra jurister för att få råd.

### f) Rättssalar

I rättssalar är det vid offentliga domstolsförhandlingar tillåtet att spela in ljud och även sända sådant material utan tillstånd av någon part.

Rättens ordförande kan förbjuda ljudinspelning om hen bedömer att ordningen under rättegången störs av den tekniska utrustningen, till exempel skrymmande mikrofoner eller att någon måste flytta en mikrofon mellan olika personer under förhandlingarna. Ljudinspelning av ett förhör kan också förbjudas om rättens ordförande bedömer att den som förhörs besväras så mycket att utredningen kan påverkas negativt.

Det bästa är att ta kontakt med rättens ordförande i förväg och komma överens om lämplig placering av mikrofon, detta för att undvika diskussioner vid själva rättegången.

Rättens egna ljudinspelningar är offentliga, och man har rätt att begära en kopia av dem. Om man nekas en kopia ska man alltid begära uppgift om hur beslutet kan överklagas.

Inne i, och numera även in i, rättssalar råder fotoförbud. Elektronisk utrustning som kan användas för att fotografera, till exempel mobiltelefoner, ska hållas avstängda och undanstoppade. Rättens ordförande kan besluta om undantag från detta förbud för till exempel nyhetsrapportering. Utrustning som enbart tar upp ljud omfattas inte av förbudet mot elektronisk utrustning i rättssalar då syftet är att hindra fotografering.

Det bästa är att ta kontakt med rättens ordförande i förväg och komma överens om vad som gäller för elektronisk utrustning som behövs för rapporteringen för att undvika diskussioner vid själva rättegången.

Man får fotografera i korridoren utanför rättssalen även om det sedan kan finnas etiska invändningar mot att publicera bilden.

### g) Brottsplatser

Journalister på brottsplatser måste lyda polisens ordningsanvisningar men ska alltid hävda sin rätt att få arbeta. Polisen kan inte gripa en journalist eller tekniker bara för att hen befinner sig på platsen för ett brott och utför sina arbetsuppgifter. De kan däremot höras av polisen om sina iakttagelser men måste förstås hålla den tystnadsplikt som omfattar källor som vill vara anonyma.

Polisen får inte kräva att få ta del av inspelat material. Om ett sådant krav ställs, ta kontakt med Juridikavdelningen.

### h) Fotografering med drönare

#### Flygning med drönare

Vid all flygning med drönare måste det finnas en ansvarig operatör, en så kallad drönaroperatör. Operatören ansvarar för att flygningen genomförs på ett säkert sätt och att fjärrpiloten som utför flygningen har rätt kompetens. Operatören ska registrera sig hos Transportstyrelsen och fjärrpiloten som flyger drönaren ska ha ett så kallat drönarkort.

Beroende på hur drönaren ska flygas och användas finns olika kategorier. Läs mer på Transportstyrelsens webbplats om vilka regler och krav som gäller för de olika kategorierna.

Var särskilt uppmärksam på om drönaren kan komma att flyga över ett skyddsobjekt eller restriktionsområde som exempelvis naturreservat, fängelser och militära områden. Det är förbjudet (ibland endast tillfälligt) att flyga över sådana områden, och man kan riskera att göra sig skyldig till brott mot skyddslagen. Det är alltså viktigt att du kontrollerar om det finns exempelvis skyltar som talar om att platsen har avbildningsförbud.

Runt flygplatser finns så kallade kontrollzoner där speciella regler gäller. Hur långt dessa zoner sträcker sig ser du på Luftfartsverkets webbplats. Inom en kontrollzon får man som regel bara flyga med en drönare efter att ha fått tillstånd från flygtrafikledningen.

Publiceringen av drönarbilder

I vissa fall måste man ha ett så kallat spridningstillstånd för att publicera flygfoton tagna med drönare enligt lagen om skydd för viss geografisk information. Det handlar om att ingen av misstag ska sprida material som bilder eller filmer med känslig information. Man ansöker om detta tillstånd hos Lantmäteriet.

Det finns dock ett antal undantag när tillstånd inte krävs. Ett sådant undantag är om flygfotomaterialet som ska spridas endast består av bilder som har tagits på offentlig plats, till exempel på gator, torg och andra platser som är tillgängliga för alla.

Det kan ta lång tid, ibland upp till flera veckor, att få ett spridningstillstånd. Ansvarig utgivare kan besluta om att publicera en drönarbild även utan tillstånd om det finns ett stort nyhets- eller allmänintresse. Det finns dock risker med en sådan publicering. Bryter man mot spridningsförbudet enligt lagen är straffet böter eller fängelse upp till ett år.

### i) Skyddsobjekt

Man får inte fotografera skyddsobjekt med fotoförbud, till exempel militära anläggningar och polishus. På dessa platser finns det skyltar om fotoförbud och dem ska man följa. Kom ihåg att bilder tagna från luften, till exempel från en helikopter eller drönare, kan beröra skyddsobjekt med fotoförbud. Skyddsobjekt får inte heller avbildas på annat sätt. En medarbetare som fotograferar skyddsobjekt med fotoförbud kan göra sig skyldig till olovlig avbildning av skyddsobjekt och bli lagförd personligen, trots att fotograferingen gjorts i tjänsten.

Våra radiohus är skyddsobjekt men det råder inte generellt fotoförbud i eller runt våra lokaler. Men eftersom Sveriges Radio är en viktig del av totalförsvaret finns det platser och utrustning som inte bör spridas på bild. På P0 finns anvisningar och en checklista som tagits fram av Säkerhet och beredskaps-avdelningen och som beskriver vad som gäller för fotografering och filminspelningar i våra egna lokaler.

## 15:10 Följa med poliser eller brottslingar

Att följa med poliser i deras arbete kan innebära att man riskerar att göra sig skyldig till brott, till exempel hemfridsbrott. Dessutom kan det vara diskutabelt utifrån integritets- och trovärdighetssynpunkt att medarbetare på Sveriges Radio uppträder tillsammans med polisen.

Genom att följa med brottslingar i samband med brottshandlingar kan man riskera att själv begå brott, till exempel olaga intrång, medhjälp eller skyddande av brottsling.

Sveriges Radios medarbetare ska bara i mycket speciella fall, och då efter beslut av ansvarig chef, delta i polisens arbete eller följa med brottslingar.

## 15:11 Sociala medier som research- och kontaktverktyg

Sociala medier kan användas med det huvudsakliga syftet att inhämta information, till exempel för att kommunicera med vår publik, bevaka politikers inlägg och aktiviteter eller för att kartlägga olika typer av nätverk. Se ovan om användande av falsk identitet i dessa sammanhang.

Medarbetare som använder Sveriges Radios sociala medier-konton i tjänsten ska följa företagets regelverk. Inlägg med bilder och kommentarer som vi själva publicerar på officiella sociala medier-konton kan prövas av Granskningsnämnden utifrån bestämmelser om opartiskhet, saklighet och otillbörligt gynnande med mera.

Ansvarig utgivare har dock inget straffrättsligt ansvar för det en medarbetare gör på externa plattformar, dvs plattformar som inte är Sveriges Radios egna. Det innebär att om en medarbetare om sprider eventuellt brottsliga uttalanden som till exempel förtal eller hets mot folkgrupp på sociala medier-plattformar är personligen ansvarig för dessa. Det åligger ansvarig chef att informera medarbetare om detta ansvar och föra en dialog om eventuella risker vid egna publiceringar i sociala medier.

## 15:12 Offentlighetsprincipen

Handlingar som finns hos myndigheter och kommunalt ägda bolag är till största delen allmänna och offentliga. I vissa fall kan dock en del

uppgifter vara sekretessbelagda enligt offentlighets- och sekretesslagen.

Om vi får beskedet att en uppgift är sekretessbelagd ska vi alltid kräva att få ett beslut med hänvisning till en paragraf i offentlighets- och sekretesslagen och information om vart vi ska vända oss för att överklaga (ett så kallat beslut med besvärshänvisning). Myndigheter har skyldighet att snabbt fatta beslut i sekretessfrågor.

Även datalagrade uppgifter omfattas av offentlighetsprincipen och ska lämnas ut om det kan ske med hjälp av tillgängliga datorprogram eller med enkla bearbetningar. Myndigheter har dock ingen skyldighet att lämna ut uppgifterna i elektronisk form.

Myndigheter har inte heller skyldighet att skapa nya handlingar med sammanställning av uppgifter om det inte kan göras med rutinbetonade åtgärder. Med det menas en begränsad arbetsinsats och till en låg kostnad för myndigheten.

Om en myndighet gör kopior eller avskrifter av en allmän handling har myndigheten rätt att ta ut en avgift från och med den tionde sidan enligt avgiftsförordningen. Om man väljer att ta del av handlingen på plats får myndigheten dock inte ta betalt för exempelvis arbetet det orsakar att plocka fram handlingen.

När det gäller elektroniska handlingar får myndigheten i dessa fall besluta om storleken på avgiften upp till full kostnadstäckning.



# 16. Material från andra än Sveriges Radios redaktioner

Sveriges Radio ska verka för mångfald i programverksamheten genom en variation av olika produktionsformer. Vid sidan av allt vi gör själva ska vi alltså också samarbeta med andra och köpa in exempelvis reportage och program. Vi är även beroende av externa leverantörer, till exempel nyhetsbyråer.

Centralt är även Sveriges Radios beredskapsuppdrag och roll i totalförsvaret. Genom att många har en relation till oss i vardagen litar de också på oss vid höjd beredskap och kriser i samhället, vilket i sig kan motverka andra aktörers försök att sprida falsk information och bedriva påverkanskampanjer.

1. Andra public service-bolag och redaktioner
2. Nyhetsbyråer, forskare, institutioner, myndigheter m fl
3. Extern medverkan och produktionsbolag
4. Samarbeten inom kultur och musik
5. Pressmeddelanden
6. Myndighetsmeddelanden
7. VMA – när det är farligt och akut
8. Trafik- och servicerapporter
9. Konstitutionellt dödsfall
10. Kreddning och länkning
11. Dialog och material från publiken

## 16:1 Andra public service-bolag och redaktioner

I speciella sammanhang kan det vara motiverat med ett redaktionellt samarbete mellan Sveriges Radio och SVT eller UR. Ett sådant samarbete ska då godkännas av ansvarig chef.

Vi samarbetar vi regelbundet med såväl nordiska public service-bolag som inom ramen för EBU, och behöver tänka på att de flesta av dessa är bimediala. Det innebär att ett radiosamarbete också kan resultera i tv-inslag om inte något annat avtalats i förväg.

Anledningen till denna skenbara motsättning är att den svenska public service-verksamheten, till skillnad från det som gäller i våra grannländer, bygger på att de olika programbolagen ska konkurrera för att skapa ökad mångfald.

Ibland händer det också att vi i speciella sammanhang samarbetar med andra redaktioner eller nätverk av reportrar. Sådana samarbeten ska då godkännas av ansvarig chef. Vi ska också mycket noga överväga aspekter kring bl a oberoende, opartiskhet, saklighet och källskydd.

När det gäller information relaterad till säkerhet för medarbetare så delar Sveriges Radio sådan information med såväl SVT och UR som kommersiella medieföretag. Detta gäller speciellt vid medarbetares resor till högriskområden utomlands vilket i en del fall också kan innebära att våra medarbetare reser och arbetar tillsammans med kollegor från något annat bolag.

## 16:2 Nyhetsbyråer, forskare, institutioner, myndigheter med flera

Sveriges Radio, liksom de flesta andra mediebolag, förlitar sig på material som levereras av nyhetsbyråer, bildbyråer och andra bolag, till exempel för finansiell information. En noggrann utvärdering måste göras av varje sådan leverantör innan vi gör en uppgörelse. Dessa leverantörers förmåga att förse oss med pålitlig information ska löpande utvärderas.

Vi ska självständigt värdera, kritiskt granska och sätta olika typer av information i ett sammanhang för publiken. Exempel på sådana typer av information kan vara utredningar, forskningsstudier, lagförslag och pressmeddelanden. Det gäller också om vi använder ett faktaunderlag citerat av en nyhetsbyrå. Vi ska inte förlita oss på någon annans källkritik utan själva kontrollera och värdera fakta inklusive uppgifter som kan ha genererats med hjälp av AI.

Vi ska också vara vaksamma inför påverkansförsök från utomstående aktörer. Innan vi publicerar information från externa källor ska vi värdera innehållet utifrån möjligheten att det finns ett syfte att påverka journalistiken.

Ibland kan det vara befogat att vi beställer hjälp med faktainsamlingen från en extern part som exempelvis SCB. En sådan beställning ska då vara godkänd av ansvarig chef, och det ska framgå för publiken att vi själva inte har samlat in de fakta som rapporteringen bygger på.

I våra publiceringar förekommer också redaktionellt material som vi har hämtat från andra internationella nyhetsförmedlare, till exempel utländska tv-bolag. Den medarbetare som ställer samman ett sådant material ansvarar för att redaktionens riktlinjer är uppfyllda.

## 16:3 Extern medverkan och produktionsbolag

Vi ska verka för mångfald i utbudet – i våra program medverkar därför bl a författare, musiker, debattörer, dramatiker, artister, krönikörer, underhållare, forskare och komiker, och vi är angelägna om mångfald när det gäller både deras bakgrund och perspektiv.

Vi ska också ha variation när det gäller produktionsformer. Förutom att vi har en stor egen produktion så köper vi in program och reportage gjorda av andra, till exempel produktionsbolag och frilansare. På musik- och kulturområdet samarbetar vi dessutom med bl a teatrar och konsert-
arrangörer.

För att inte Sveriges Radios oberoende och trovärdighet ska kunna ifrågasättas måste alla uppdrag till andra ske i enlighet med public service-uppdraget. Om ett produktionsbolag eller en frilansare svarar för produktionen gäller Sveriges Radios riktlinjer och programregler på samma sätt som om vi själva hade producerat.

Ett grundläggande krav på de produktionsbolag Sveriges Radio anlitar är att de i alla avseenden är seriösa och iakttar god sed på marknaden.

Det ska alltid finnas ett kontrakt mellan Sveriges Radio och frilansaren/produktionsbolaget och av kontraktet ska bägge parters rättigheter, skyldigheter och åtaganden framgå. Kontakta vid behov Juridikavdelningen för råd i samband med kontraktsskrivningen.

Vi är restriktiva med att köpa in frilansmaterial eller att i förväg förbinda oss att köpa in material från frilansare när det gäller högriskområden utomlands. Undantag kan beviljas av programdirektören.

## 16:4 Samarbeten inom kultur och musik

I Sveriges Radios uppdrag ingår att göra föreställningar, konserter och andra kulturhändelser tillgängliga för hela publiken genom samarbeten med kulturinstitutioner och fria kulturproducenter inom skilda områden i hela Sverige. Vi ska alltså samarbeta med till exempel teatrar och konsertarrangörer för att kunna sända pjäser och konserter av olika slag.

Dessa samarbeten innebär att vi kommer överens med exempelvis en teater om hur och när vi kan spela in eller direktsända en pjäs. Vår samarbetspartner kan då varken helt eller delvis stå för kostnaderna för Sveriges Radios sändning eftersom det skulle innebära otillåten sponsring. När vi samarbetar med kulturinstitutioner och liknande måste vi

alltså själva stå för samtliga kostnader för vår sändning och eventuell användning på våra digitala plattformar.

En annan typ av samarbete är när vi tillsammans med exempelvis en konsertarrangör planerar och genomför en konsert. Även i sådana fall måste vi betala för alla våra kostnader för sändning och eventuell användning på våra digitala plattformar. Däremot kan vår samarbetspartner svara för de merkostnader som uppstår för att vi sänder från en plats utanför våra studior, till exempel kostnaderna för publikljud, scen och dekor. Det är viktigt att vi formaliserar samarbetet i ett avtal där det exempelvis framgår vilken part som ansvarar för vad och hur samarbetspartnern får använda Sveriges Radios varumärke.

Det är inte heller tillåtet att låta arrangören stå för vissa av våra kostnader i utbyte mot exempelvis ett masterband av konserten. Arrangören kan däremot inom ramen för samarbetet svara för merkostnader i utbyte mot att de hanterar biljettförsäljningen och därigenom får del av biljettintäkter.

För råd om samarbeten kontakta Juridikavdelningen.

## 16:5 Pressmeddelanden

Vi publicerar aldrig ett obearbetat pressmeddelande, oavsett om det är skrivet, inspelat eller filmat, om det inte är själva meddelandet i sig som granskas.

Pressmeddelanden ska betraktas som en partsinlaga och varje redaktion ska stå för en egen, fristående, journalistisk kontroll och bearbetning av information/fakta. Däremot kan vi eventuellt länka till ett pressmeddelande om det ger ett journalistiskt mervärde.

## 16:6 Myndighetsmeddelanden

Sveriges Radios lokala kanaler och sändningsledning har ett särskilt beredskapsuppdrag och ska inom ramen för detta förmedla information från myndigheter under samhällsstörningar och kriser. Enligt public service-uppdraget ska Sveriges Radio kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det.

Det är alltid Sveriges Radio som formulerar meddelandet och sänder det på ett sådant sätt att det passar in och låter snyggt i radion. Trafikredaktionen sänder själva meddelandet, och om det är relevant följs händelsen upp journalistiskt av berörd P4-kanal.

Myndighetsmeddelanden handlar om olika former av samhällsstörningar eller störningar i infrastrukturen. Det kan vara inställda skolskjutsar, att telefonväxlar hos sjukhus och kommuner inte fungerar, trafiksvårigheter på grund av oväder eller brutna isrännor. Det kan också handla om exempelvis strömavbrott, vattenläckor eller rekommendation att koka dricksvatten.

Meddelandena innehåller information om vad som hänt och hur man för tillfället löser problemet och hur man som drabbad kan agera eller få hjälp. Myndighetsmeddelanden innehåller inte information om direkt farliga och akuta händelser.

## 16:7 VMA – när det är farligt och akut

Vid särskilt allvarliga händelser har vissa myndigheter rätt att begära så kallat *VMA, viktigt meddelande till allmänheten*.

VMA handlar om att göra människor uppmärksamma på en omedelbar risk eller ett omedelbart hot. Det är en akut situation. Oftast är det bränder som leder till VMA, och uppmaningen är ofta att gå inomhus, stänga fönster, dörrar och ventilation.

Ett VMA innehåller alltid information om vilka som berörs, vad som hänt och hur de berörda ska agera. Rekommendationerna kan skifta beroende på händelse och situation, men alla VMA-meddelanden innehåller uppmaningen att de berörda ska fortsätta att lyssna på sin lokala P4-kanal för att få fortsatt information om vad som händer.

Det formella åtagandet innebär att vi ska sända ut ett VMA två gånger. Trafikredaktionen/sändningsledningen ansvarar för de första varningssändningarna och kommer sedan överens med berörd lokal kanal om hur de fortsatta uppdateringarna och uppföljningarna ska ske till dess att den som begärt VMA bedömer att faran är över. Det är viktigt med täta uppdateringar av händelseutvecklingen eftersom allmänheten uppmanas att lyssna på sin lokala P4-kanal.


MUTE

### Följande har rätt att begära VMA:

Räddningschef/räddningsledare, polis, Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB), länsstyrelser, Strålsäkerhetsmyndigheten, smittskyddsläkare, företag med farlig/giftig produktion, Kustbevakningen, Luftfartsverket (LFV), Sjöfartsverket, Regeringskansliet, kommuner, regioner, el- och telebolag samt försvaret.

### VMA – så funkar det

Det är alltid Sveriges Radios sändningsledning (som är en del av Trafikredaktionen) som tar emot och hanterar VMA.

Tillsammans med den person som begärt VMA formulerar sedan sändningsledningen meddelandet som ska innehålla en geografisk position, vad som hänt och vad berörda personer i området förväntas göra.

VMA sänds i Sveriges Radios samtliga kanaler, och ibland innebär det att pågående sändningar bryts. Sveriges Radio bryter och sänder VMA även i kommersiella radiokanaler och vidarebefordrar också meddelandet till andra mediebolag, till exempel SVT och TV4.

Dessutom skickar Sveriges Radio ut en pushnotis och lägger upp informationen både i vår app och på vår sajt.

Den som vill kan också hämta VMA-meddelanden digitalt genom ett öppet API. SOS Alarm kan dessutom skicka ut meddelande som sms till det berörda området.

### VMA – med eller utan Hesa Fredrik

Vid riktigt akuta situationer som exempelvis gasutsläpp kan även tyfonlarmet, mer känt under namnet Hesa Fredrik, användas. Den som begär VMA avgör om tyfonlarm behövs. Signalen är sju sekunder lång och följs av 14 sekunders tystnad, och detta upprepas i minst två minuter. Den som är utomhus och hör signalen ska

1. gå inomhus
2. stänga fönster, dörrar och ventilation
3. lyssna på Sveriges Radio P4 för mer information.

Tyfonlarmet Hesa Fredrik testas den första helgfria måndagen kl 15.00 i mars, juni, september och december.

## 16:8 Trafik- och servicerapporter

Trafik- och servicerapporter är en del av vårt redaktionella utbud, och det är vi själva som enligt journalistiska principer bestämmer vad, när och hur vi sänder.

Nyheter om olyckor och annat som stör trafiken är en viktig del liksom förseningar för exempelvis bussar, tåg och tunnelbana. En annan del är servicemeddelanden om störningar i infrastrukturen, till exempel elavbrott, teleproblem eller störningar i vattenförsörjningen.

Genom att informera, varna eller ge besked om när ett fel eller en störning är avhjälpt så underlättar vi vardagen för publiken. Trafikredaktionen är generös i sin bedömning av trafik- och servicemeddelanden. Det är av stort värde för publiken i det berörda området att veta att Sveriges Radio informerar när vardagens rutiner störs.

## 16:9 Konstitutionellt dödsfall

Ett konstitutionellt dödsfall (KD), vilket omfattar kungen, tronföljaren och statsministern, är en angelägenhet för hela företaget och ska hanteras enligt särskilda rutiner.

Ekot ska för Sveriges Radios räkning kontrollera uppgifterna om ett konstitutionellt dödsfall och vara först med att publicera nyheten i radio och på alla plattformar, dvs innan någon annan av Sveriges Radios redaktioner eller kanaler gör det. Dessutom ändrar vi musikutbudet i samtliga kanaler.

Övriga dödsfall inom kungafamiljen eller regeringen betraktas som stora nyheter och hanteras enligt de rutiner vi har för större nyhetshändelser (se aktuell information på intranätet).

## 16:10 Kreddning och länkning

Sveriges Radio har överenskommelser med ett flertal kommersiella nyhetsmedieföretag om ömsesidig kreddning vilket innebär att vi kan hänvisa till varandras material i publiceringar och sändningar. Grundprincipen är att vi alltid ska vara generösa med att kredda, och när vi citerar nyheter eller vidareutvecklar andras nyheter ska vi tydligt ange den ursprungliga källan. Där det är möjligt på våra digitala plattformar

ska vi skapa en direktlänk från vår text till artikeln vi citerar från. Har vi tagit fram en egen nyhet som bygger på någon annans nyhet ska vi kredda originalkällan genom att exempelvis säga ”först att berätta var …”.

Alla länkar till externa webbplatser ska öppnas i ett nytt fönster. För att minimera risken att någon tror att Sveriges Radio står bakom innehållet även på den sida vi länkar till, ska det tydligt framgå att det handlar om en länk som går till en extern sida.

Genom att hänvisa till andra redaktioners publiceringar och ge dem kredd fråntar vi oss inte ansvaret för att vi sprider informationen vidare. Vi ska därför ha gjort bedömningen att det vi säger är sant. Vi ska i möjligaste mån undvika att citera andras nyheter utan att först ha kontrollerat att fakta stämmer.

Det är viktigt att vi också kontrollerar att den redaktion eller den källa vi citerar eller hänvisar till inte har publicerat exempelvis namn eller andra känsliga uppgifter som vi själva valt att inte publicera. I sådana fall bör vi inte länka till originalkällan från våra egna digitala plattformar.

Vi ska inte länka till sidor som företräder odemokratiska och främlingsfientliga intressen, förespråkar användning av droger, visar pornografi, uppmanar till brottslig verksamhet eller tipsar om hur man bryter mot lagar.

När det gäller sidor från andra avsändare än nyhetsredaktioner ska vi vara återhållsamma med länkningar, och om vi länkar ska detta vara publicistiskt motiverat. Det kan finnas skäl att länka till en webbplats för exempelvis en myndighet, ett parti eller ett företag om där finns information som vi bedömer är relevant för vår publik. Men i synnerhet när det gäller länkning till företag eller partier ska vi försäkra oss om att länkningen inte innebär risk för gynnande. Om det uppstår frågor kring dessa typer av länkning är det ansvarig chef/utgivare som bestämmer.

Vi ska inte heller länka till sidor som vi kan konstatera innehåller upphovsrättsligt skyddat material utan upphovspersonens tillstånd. Denna princip gäller med undantag för extraordinära situationer eftersom det kan finnas särskilda journalistiska motiv att länka till vissa av dessa sidor. Det är i så fall ansvarig chef/utgivare som beslutar.

Vi är restriktiva med att i våra publiceringar och sändningar nämna

andras webbadresser i fall där ett informations- eller underhållningsintresse saknas eller på grund av att innehållet på andra sajter inte överensstämmer med våra publicistiska beslut. Anledningen är att det kan strida mot kravet på opartiskhet eller bestämmelsen om att vi inte ska gynna någon part kommersiellt.

Om det uppstår frågor kring länkning är det, precis som för alla andra beslut kring publiceringar, slutligen ansvarig chef/utgivare som bestämmer.

## 16:11 Dialog och material från publiken

Genom den ständiga dialogen med publiken får vi inte bara en mångfald av åsikter och perspektiv utan också material som kan utgöra en viktig del av vår research eller en del av en publicering.

Vi måste dock vara uppmärksamma på att de personer som hör av sig till oss kanske inte är de som de utger sig för att vara, och vi måste göra en källkritisk granskning och bedömning av deras uppgifter.

Utomstående aktörer kan ägna sig åt påverkansförsök, och vi ska värdera innehållet utifrån möjligheten att det finns ett syfte att påverka vår journalistik.

Var också uppmärksam vid publicering av bilder och filmer tagna av publiken. Innan vi publicerar exempelvis en bild måste vi känna till omständigheterna när bilden togs och att de människor som eventuellt syns på bilden skildras i rätt sammanhang och med rätta namn.

Kontrollera också att den som skickat en bild eller film till oss verkligen har upphovsrätten och att vi har rätt att nyttja materialet på önskvärt sätt.

Varje program och varje publicering på våra egna digitala plattformar har en ansvarig utgivare – däremot har ansvarig utgivare inte juridiskt ansvar för inlägg på externa plattformar, till exempel sociala medier. Publiken och SR-medarbetare har alltså straffrättsligt ansvar för sina egna kommentarer i anslutning till Sveriges Radios publiceringar i sociala medier.

För olika kommentarsfunktioner och diskussionsforum som efterhandsmodereras i sociala medier gäller inte yttrandefrihetsgrundlagen

och ansvarig utgivares ensamansvar. Det är alltså debattörerna i kommentarsfälten som själva blir ansvariga för det som de skriver.

För efterhandsmodererade forum gäller lagen om elektroniska anslagstavlor, och enligt den har Sveriges Radio en övervakningsplikt. Det innebär att det för varje kommentarsfunktion eller diskussionsforum måste finnas en ansvarig som är skyldig att ta bort inlägg som exempelvis innebär uppvigling, hets mot folkgrupp, barnpornografibrott, uppvigling, olaga våldsskildring och upphovsrättsintrång. Om sådana inlägg inte tas bort kan den som tillhandahåller kommentarsmöjligheten dömas för brott mot lagen om elektroniska anslagstavlor, däremot inte för det brottsliga innehållet.

Även om Sveriges Radio bara har övervakningsplikt har vi tagit fram kommentarsregler som tar sin utgångspunkt i vårt övriga etiska regelverk, och dessa regler ska vi följa när vi modererar kommentarer i sociala medier. Granskningsnämnden kan pröva om kommentarer som vi själva skriver från officiella sociala medier-konton överenstämmer med kraven på exempelvis opartiskhet eller saklighet.

I nyhets- och aktualitetssammanhang är vi mycket restriktiva med publikomröstningar på våra egna plattformar eftersom de inte bygger på ett representativt urval. Att de inte är representativa måste betonas när resultatet presenteras. Om vi i undantagsfall presenterar sådana omröstningar måste vi understryka att det rör sig om resultat som inte är tillförlitliga.

En medarbetare som är osäker på hur lagar eller Sveriges Radios riktlinjer ska tolkas kan vända sig till Juridikavdelningen för att få råd i frågor som rör programetik och juridik.

# 17. Kritik och hot mot Sveriges Radio

Vi ska så långt som möjligt besvara eller bemöta allmänhetens åsikter om det vi gör oavsett om de åsikterna når oss via till exempel telefon, brev, e-post eller sociala medier.

Bedömer vi att kritiken är befogad ska vi vidta åtgärder. Anser vi den obefogad bör vi på ett korrekt sätt bemöta den.

Publiken gör ingen skillnad på material som vi har producerat själva och på material som vi har köpt in. Vårt ansvar gentemot publiken är därför detsamma.

Varje redaktion bör ha ett system för hur kritik och klagomål som rör redaktionen ska hanteras så att det enkelt går att få överblick över om samma fråga återkommer.

1. Synpunkter och klagomål från publiken
2. Extern kritik
3. Rättelse och förtydligande
4. Genmäle
5. När det är Sveriges Radio som granskas i medierna
6. Hot
7. Riskfyllda och hotfulla situationer

## 17:1 Synpunkter och klagomål från publiken

Kritik eller frågor som har direkt med en publicering att göra besvaras i första hand av de berörda medarbetarna eller ansvarig utgivare. Har vi bjudit in till dialog via till exempel sociala medier ingår att vi svarar på konkreta frågor och synpunkter via redaktionens konto.

Tänk också på att en ansvarig utgivare, chef eller arbetsledare kan behöva motivera redaktionella beslut – i radio, på våra egna digitala plattformar och/eller i sociala medier.

Ofta kan frågor lätt besvaras med ett direkt svar, en länk eller en hänvisning – snabb återkoppling eller service är oftast bäst. Men i vissa fall kanske det är oklart vad en fråga handlar om eller vem som egentligen ringer och hur vårt svar ska användas. En chef eller någon annan inom Sveriges Radio kanske behöver besvara frågan. Be då att få återkomma. Vi har ingen skyldighet att svara – oavsett vem som ställer frågan. I vissa fall måste frågan diskuteras internt innan vi svarar. Flera personer kan behöva tillfrågas och en fråga utredas. Räkna även med att kommunikation som regel kan komma att publiceras externt.

Kritik mot det vi publicerar och vårt utbud ska tas på allvar, men vi måste samtidigt sätta gränser. Vilka frågor, vilken kritik, vilka påståenden och påhopp är rimliga att svara på? Det är i sista hand upp till ansvarig chef att avgöra detta. Vi ska heller inte acceptera kränkningar eller oförskämdheter. Om den som kontaktar oss beter sig på ett sådant sätt att det uppfattas som hot eller trakasserier, eller om det kan finnas en annan säkerhetsaspekt, ska Säkerhets- och beredskapsavdelningen kontaktas. Utanför kontorstid är Säkerhetsjouren alltid bemannad.

Beroende på klagomålets art kan den som hör av sig behöva hänvisas till rätt ställe, till exempel Sveriges Radios Lyssnarservice, Kommunikationsavdelningen eller ansvarig chef. I vissa fall kan man hänvisa till granskningsnämnden eller Medieombudsmannen, Sveriges Radios lyssnarservice eller ansvarig chef.

## 17:2 Extern kritik

Då och då utsätts vi på Sveriges Radio för extern kritik i exempelvis andra medier. Det är i första hand ansvarig chef som bemöter kritik mot redaktionen/kanalen eller utbudet och det sätt vi bedriver vårt arbete

på. Ansvarig chef kan också alltid kontakta Kommunikationsenheten för att få hjälp med kommunikation externt.

## 17:3 Rättelse och förtydligande

Har vi haft fel i något som sänts och/eller publicerats i ljud, text eller bild ska vi så snabbt som möjligt publicera en rättelse, även kallat beriktigande. Det spelar ingen roll om det är vi själva som identifierat felet eller om det påtalats av någon utomstående – har vi gjort fel ska det rättas till. Rättelser minskar inte vår trovärdighet utan ökar den.

Om någon utomstående kommer med en begäran om rättelse ska den behandlas snabbt. Om vi går med på en rättelse ska den sändas och/eller publiceras så snart det kan ske i ett för publiken naturligt sammanhang så att de som hörde de ursprungliga uppgifterna har förutsättningar att också ta del av rättelsen.

Läs mer om rättelser i kapitel 6 i den här handboken.

## 17:4 Genmäle

Vi ska också överväga om vi i efterhand ska ge en kritiserad part möjlighet till genmäle. Det kan ske i intervjuform, telegram eller annan typ av publiceringen – det är vi själva och inte den kritiserade parten som bestämmer formen. Genmäle är heller inte detsamma som rättelse.

Om en kritiserad part begär genmäle ska den begäran behandlas snabbt. Om vi går med på ett genmäle ska det sändas så snart som möjligt i anslutning till ett program av samma eller likartad karaktär som det program där parten kritiserades. Dessutom ska genmälet publiceras på våra digitala plattformar i anslutning till den publicering där kritiken framförts. Om en begäran om genmäle avvisas finns särskilda regler för hur det ska utformas, och det är ansvarig chef som ska formulera detta. Mer finns också att läsa i kapiteldelen 5:5 Genmäle.

## 17:5 När det är Sveriges Radio som granskas i medierna

Vår rapportering måste vara korrekt och opartisk även om det är vårt eget innehåll eller Sveriges Radio som företag som granskas eller är i fokus för nyheten. Vi måste då vara extra vaksamma så att vår opartiskhet inte kan ifrågasättas och att medarbetarna inte hamnar i intresse-

konflikter.

Det ska också finnas en klar redaktionell åtskillnad mellan den redaktion som rapporterar om nyheten och den som företräder företaget. Vi ska också hålla språklig distans och inte referera till Sveriges Radio som ”vi” eller till innehållet som ”vårt”.

I vissa fall kan det vara så att en redaktion eller kanal gör inslag som innehåller kritik mot den egna redaktionen. I sådana fall kan ansvarig utgivare företräda företaget och en annan chef leda det granskande arbetet.

## 17:6 Hot

Ibland riktas hot mot hela företaget, en redaktion eller en enskild medarbetare, och Sveriges Radio tar dessa hot på mycket stort allvar. Vid hot ska närmsta chef liksom Säkerhets- och beredskapsavdelningen omedelbart kontaktas. Utanför kontorstid är Säkerhetsjouren alltid bemannad.

Alla medarbetare på Sveriges Radio uppmanas att alltid polisanmäla hot när det är befogat. Den enskilda medarbetaren stöttas då av företagets jurister vid sidan av närmaste chef, Säkerhets- och beredskapsavdelningen och HR.

## 17:7 Riskfyllda och hotfulla situationer

Vid planerat arbete utanför den ordinarie redaktionen är det viktigt att tillsammans med ansvarig chef på förhand inventera eventuella risker och bedöma hur stora de kan vara. Detta kan Säkerhets- och beredskapsavdelningen hjälpa till med.

Sveriges Radio anordnar också utbildning för medarbetarna för att öka beredskapen inför riskfyllda situationer. Dessa tillhandahålls både digitalt och fysiskt. Om en medarbetare ska resa till ett högriskområde utomlands är ansvarig chef skyldig att informera Ekots utrikeschef. Särskilda säkerhetsrutiner inför högriskresor ska också genomföras tillsammans med säkerhets- och beredskapsavdelningen.

Utöver dessa rutiner och utbildningar finns också ett flertal checklistor på P0 med information om hur man till exempel rapporterar från riskfyllda miljöer.

# 18. Språket

Språket i Sveriges Radio ska kännetecknas av gott omdöme och användas med medvetenhet. Lyssnaren ska utan störningar kunna uppfatta och tillgodogöra sig innehållet i våra radiosändningar, poddar och ljudklipp. Kravet på god språklig kvalitet gäller våra radioprogram samt vårt utbud på digitala plattformar.

I public service-uppdraget står att Sveriges Radio har ett särskilt ansvar för det svenska språket och dess ställning i samhället och att språkvårdsfrågor särskilt ska beaktas i verksamheten. Vi har alltså ett ansvar för ett vårdat språk på alla våra plattformar.

De grundläggande tankarna om språket är att det ska vara begripligt, levande, korrekt och inkluderande. Med tanke på vår genomslagskraft ska språket också anpassas till sammanhanget, publiken, programmets syfte och sändningstiden.

I våra program använder vi oss av ett vårdat talspråk medan texter som publiceras i skriftlig form ska anpassas till skriftspråk och allmänna skrivregler. Se det som två olika språk: skriftspråk är för ögonen, talspråk är för öronen.

Riktlinjerna för språket gäller också för sändningar och annan publicering på de nationella minoritetsspråken samt för övriga språk inom Sveriges Radio.

1. Begripligt
2. Levande
3. Korrekt
4. Inkluderande
5. Dialekt och språklig variation
6. Engelska och andra främmande språk
7. Svordomar och grovt språk
8. Ord och begrepp med reklameffekt
9. Värdeladdat eller diskriminerande språkbruk
10. Det talade språket
11. Det skrivna språket
12. Språket i sociala medier
13. Språkrådgivning

## 18:1 Begripligt

Som medarbetare i Sveriges Radio ska vi i alla våra olika publiceringar använda ett språk som så många som möjligt i publiken förstår.

I våra program och poddar ökar begripligheten med god artikulation, rätt betoning och korrekt uttal. Pausering och ett väl avvägt taltempo hjälper lyssnaren att uppfatta och ta till sig information.

Vi måste också tolka experter som använder svåra ord eller termer från fackspråk och förklara innebörden när intervjupersoner använder jargong, slang eller modeord som inte tillhör allmänspråket.

## 18:2 Levande

Ett levande språk innebär bland annat att vara närvarande i det som sägs och att använda sig av språkets möjligheter till variation när det gäller stil, uttrycksformer och nyanser. Ett personligt engagemang i det som framförs ökar lyssnarens uppmärksamhet.

Ett levande språk innefattar också omsorg i ordval och formuleringar och gärna en kreativ och nyskapande användning av svenska språket.

## 18:3 Korrekt

Publiken förväntar sig att Sveriges Radio ska stå för hög kvalitet också när det gäller språket. En korrekt språkbehandling från vår sida inger förtroende och ökar dessutom trovärdigheten i sak.

Genom att uttrycka oss språkriktigt minskar vi störningsrisken så att lyssnaren kan koncentrera sig på vad som sägs eller skrivs i stället för att distraheras av språkproblem.

## 18:4 Inkluderande

Ett inkluderande språk är ett lättillgängligt språk som omfattar alla, som inte är kränkande och som inte befäster stereotyper.

## 18:5 Dialekt och språklig variation

Språket i Sveriges Radio ska spegla hela det svenska språksamhället. Dialekter och andra varieteter, som svenska med spår av andra språk, är en del av den språkliga mångfald som finns i Sverige – och både medarbetare och medverkande har rätt till sitt eget språk så länge det inte går ut över begripligheten.

## 18.6 Engelska och andra främmande språk

Om nyhetsprogram innehåller intervjuer eller klipp på engelska eller andra främmande språk ska dessa – förutsatt att det är möjligt med hänsyn till nyhetssituationen – översättas eller tydligt sammanfattas i direkt anslutning till det som sägs. Lyssnare som inte förstår språket i fråga ska alltså kunna följa samtalet och tillgodogöra sig det som sägs.

För engelska passager i övriga program är flexibiliteten något större. Utifrån genre, målgrupp, engelskans svårighetsgrad och det engelska klippets syfte kan vi göra bedömningar från fall till fall. Viktigt är dock att den svenska inramningen utformas med medvetenhet och gott omdöme, så att lyssnare som är ovana vid engelska inte stängs ute, utan kan följa programmets övergripande röda tråd.

Sveriges Radio tillåter enskilda engelska ord och uttryck i program på svenska men strävar efter att i möjligaste mån hitta och använda svenska synonymer.

## 18:7 Svordomar och grovt språk

Omotiverade svordomar ska inte förekomma, men de kan vara befogade i speciella fall, till exempel av dokumentära eller konstnärliga skäl. ”... alla som kan uppfattas som företrädare för SR, SVT eller UR bör visa särskild medvetenhet vid bruk av svordomar i programmen. Vi rekommenderar därför återhållsamhet i användningen.” Så står det i den policy som gäller för alla de tre programbolagen.

## 18:8 Ord och begrepp med reklameffekt

Enligt sändningstillståndet får Sveriges Radio inte sända reklam eller otillbörligt gynna vissa företag. Ord och begrepp som har reklameffekt ska vi därför undvika eller, där de är nödvändiga för sammanhanget, använda med omdöme. Förutom rena varumärken gäller det exempelvis namn på sponsrade arenor, idrottslag och tävlingar.

Tänk också på att tjänster som Sveriges Radio använder i verksamheten är varumärken, till exempel Facebook, Google, X och Instagram.

## 18:9 Värdeladdat eller diskriminerande språkbruk

Kravet på opartiskhet för Sveriges Radio innebär bl a att vi måste vara uppmärksamma på att vissa ord och uttryck är eller kan uppfattas som värderande. Vi ska vara särskilt medvetna så att vi inte med ord eller uttryck utpekar eller diskriminerar personer på grund av kön, könsöverskridande identitet eller uttryck, etnicitet, sexuell läggning, ålder, funktionsnedsättning, religion eller annan trosuppfattning.

## 18:10 Det talade språket

I radiosändningar, poddar och ljudklipp strävar vi efter ett vardagligt och vårdat språk, en talad svenska som den stora allmänheten förstår här och nu. Det talade språket har sina egna särdrag som skiljer sig från skriftspråket. Ett skrivet manus måste därför anpassas till ett muntligt framförande.

Samtidigt skiljer sig radiospråket från annan muntlig kommunikation där talare och lyssnare ser varandra. I våra ljudpubliceringar måste den information som sker med gester och mimik förmedlas med hjälp av språket och rösten.

Det vi säger måste också vara omedelbart begripligt eftersom lyssnarna inte kan ställa frågor om sådant de inte förstår.

Det är också viktigt att vi tar reda på det rätta uttalet av såväl svenska och utländska personnamn som geografiska namn, liksom speciella uttryck på främmande språk. Uttalshjälp finns i Sveriges Radios språkdatabas Dixi.

## 18:11 Det skrivna språket

För de texter som publiceras på våra digitala plattformar och i olika skrifter som når en allmän publik gäller samma krav på god kvalitet som för det talade språket i våra program, poddar och ljudklipp. Radiomanus måste därför anpassas om de ska publiceras i skriftlig form.

För dessa texter gäller de allmänna skriv- och stavningsregler som finns för svenska språket. Aktuella råd finns bl a i Sveriges Radios språkdatabas Dixi, i Språkrådets handbok Svenska skrivregler och i Svenska Akademiens ordlista (SAOL).

Vi ska också vara noga med att stava namnen på alla som medverkar i vårt utbud korrekt.

## 18:12 Språket i sociala medier

Språket i sociala medier är annorlunda än i andra texter. Tonen är informell, flödet snabbt och det förekommer ord och förkortningar som inte används i andra sammanhang. Även om vi som medarbetare anpassar vårt språk till dessa speciella plattformar får vi aldrig släppa kravet på gott omdöme och god ton i kommunikationen.

Precis som i all annan verksamhet måste vi även här leva upp till kraven på opartiskhet och trovärdighet.

## 18:13 Språkrådgivning

Medarbetare kan vända sig till Sveriges Radios språkvårdare för att få hjälp med till exempel ordval, uttal, formuleringar och skrivregler. Uttalshjälp finns också i Sveriges Radios språkdatabas Dixi.

# 19. Ljudet i fokus

En konsekvent ljudbild av hög kvalitet ökar trovärdigheten i våra publiceringar. Vi ska värna och hålla fram god ljudkvalitet och hörbarhet i den allt hårdare konkurrensen om lyssnarnas tid.

De ljud vi använder ska ha en koppling till innehållet, annars är risken att vi försämrar begripligheten i stället för att underlätta för lyssnarna.

1. Att arbeta med ljud
2. Hörbarhet

## 19:1 Att arbeta med ljud

Redan i planeringen av en intervju eller en inspelning ska vi tänka på hur ljud kan förstärka lyssnarens intryck. Kanske räcker det med att be att få träffa en intervjuperson i rätt ljudmiljö.

På redaktionerna ska vi också ha regelbunden återkoppling om hur innehållet låter, och där ska ljud- och hörbarhetsperspektiv finnas med. Vi ska även följa de riktlinjer som företaget har för god ljudkvalitet och hörbarhet.

## 19:2 Hörbarhet

Kravet på hörbarhet finns i public service-uppdraget, och vi har ett särskilt ansvar för att personer med funktionsnedsättning, till exempel nedsatt hörsel, kan ta del av våra program. Därför måste hörbarheten löpa som en röd tråd i vårt arbete med att göra radioprogram.

Kännetecknande för Sveriges Radios sändningar är

- en väl avvägd mix mellan tal och bakgrundsljud eller musik
- en ljudbild som prioriterar talet – när det har en bärande funktion i våra program
- tydlighet, både ljudmässigt och språkligt
- välljud, dvs att det låter bra och är tilltalande för örat
- avsaknad av störningar och ovidkommande ljud
- en kontinuerligt god ljudkvalitet
- en jämn ljudnivå över tid
- god artikulation – vi förmedlar tydliga röster
- ett behagligt taltempo med variationer och tydliga pauser
- engagemang och närvaro i berättandet.



# 20. AI i det redaktionella arbetet

Den mänskliga rösten och närvaron är grunden i Sveriges Radios innehåll. Samtidigt som vi hela tiden behöver utveckla vårt innehåll och våra tjänster. Den snabba utvecklingen av nya tekniker och verktyg som stöds av AI ger oss många möjligheter men kräver också överväganden av inte minst etisk karaktär.

1. Allmänt om AI-genererat innehåll
2. Källskydd och integritet
3. Rättigheter till AI-genererat material
4. AI-material från externa källor
5. Risker för partiskhet, osaklighet och spridning av desinformation
6. AI-genererade röster
7. AI-förbättrade röster
8. Anonymisering och avidentifiering med hjälp av AI
9. AI-bilder i journalistiskt innehåll
10. AI-bilder i satir och drama
11. AI-bearbetning av bilder och montage
12. AI-genererad text ur eget material
13. Transkribering av ljud för publik
14. AI-genererade ljudeffekter och miljöljud
15. AI-genererad musik och jinglar
16. Om AI är ”grejen” i rapporteringen
17. Transparens vid publicering av AI-genererat material

## 20:1 Allmänt om AI-genererat innehåll

Vi ska som regel vara försiktiga med att publicera innehåll som är helt eller delvis genererat med hjälp av AI. Allt innehåll i Sveriges Radio omfattas av våra publicistiska riktlinjer och programregler och eftersom vi sällan kan garantera att ett innehåll som är från ett AI-verktyg är autentiskt, sant och opartiskt ska vi vara mycket återhållsamma med sådana publiceringar. Ytterst handlar det om publikens förtroende för Sveriges Radio.

Om vi bedömer att det finns skäl att publicera AI-genererat innehåll ska vi alltid göra noggranna bedömningar utifrån journalistiska, etiska och juridiska utgångspunkter. En tumregel är att en redaktionell medarbetare alltid måste ha kontrollerat materialet innan vi publicerar. I många fall måste en ansvarig utgivare också ha godkänt publiceringen – vilka områden det gäller framgår av detta kapitel.

Det finns en viktig skillnad mellan direkt användning av AI-genererat innehåll för publicering, (som detta kapitel i huvudsak handlar om) jämfört med användning av AI-stödda verktyg i den redaktionella processen. Stöd för exempelvis textbearbetning, researcharbete och insamling eller analys av fakta är viktiga för att kunna utveckla journalistiken.

Men även om vi har större friheter att använda AI-tekniker för textstöd, research och faktabearbetning måste vi vara mycket noggranna med att verktygen är säkra, och exempelvis inte riskerar att göra källskyddat material tillgängligt för någon utomstående. Flera AI-tjänster finns upphandlade för att kunna användas på ett informationssäkert sätt på Sveriges Radio. Du kan alltid hitta uppdaterad information på P0 om vilka tjänster som finns att använda.

Riktlinjerna här i public service-handboken för generativ AI i Sveriges Radios publicistiska verksamhet kompletteras av företagets övergripande AI-policy och rekommendationerna från organisationen Utgivarna om bland annat transparens kring AI-användning.

Vid vissa tillfällen kan Sveriges Radio vilja testa eller använda AI-teknik i utvecklingen av en viss tjänst eller inom ett område som kan vara av publicistisk art. Vid sådana tillfällen ska beslutet ha fattats av

företagets AI-utskott som leds av vd. Dessförinnan ska frågan också ha blivit analyserad av AI-rådet som består av sakkunniga från olika delar av i företaget.

## 20:2 Källskydd och integritet

Vi ska aldrig använda källskyddat material som röster, bilder eller annan information om en källa i någon AI-tjänst. Detta eftersom vi inte har full kontroll över hur tjänsten hanterar information som den får ta del av. Risken finns att informationen kan spridas vidare eller i värsta fall avidentifieras. Med källskydd menas att det är förbjudet i grundlag att avslöja identiteten på en källa som på något sätt önskat vara anonym.

En ansvarig utgivare som fattar beslut om att använda AI-verktyg i ett journalistiskt projekt måste vara säker på att källskydd och integritet för medverkande personer inte påverkas.

Vi bör inte heller använda känsliga personuppgifter i så kallade prompter, alltså de instruktioner användaren ger ett AI-verktyg. Känsliga personuppgifter kan till exempel handla om en enskild människas hälsa, sexuella läggning eller politiska hemvist.

Vi ska heller aldrig använda känslig information om företaget i AI-tjänster.

## 20:3 Rättigheter till AI-genererat material

I de fall vi använder en extern AI-tjänst måste vi alltid granska tjänstens användarvillkor innan vi använder den. Materialet som tjänsten skapar får inte inkräkta på någon annans upphovsrätt. Användarvillkoren behöver också tillåta att Sveriges Radio blir ägare till innehållet som tjänsten genererat åt oss samt tillåta att vi får publicera innehållet utan begränsningar eller krav.

Vi bör dock vara medvetna om att en extern AI-tjänst kan ha ”tränat” på olika typer av innehåll utan rättighetshavarnas tillstånd. Det kan finnas en risk att Sveriges Radio i framtiden kan hållas ansvarigt om vi publicerar sådant material från tjänsten.

Ibland kan användarvillkoren från en extern AI-tjänst kräva att vi ”kreddar” tjänsten på ett visst sätt när vi publicerar material den genererat. Då måste vi kunna göra det utan att bryta mot våra programregler

kring otillbörligt gynnande. Vi ska till exempel inte publicera bilder som innehåller vattenstämplar med företags logotyper eller liknande.

## 20:4 AI-material från externa källor

Om vi vill publicera AI-genererat material från en extern källa som t ex andra medier eller sociala medie-tjänster ska vi som med allt annat externt material förhålla oss källkritiska. Vi ska alltid använda den checklista för faktakoll som finns på P0 innan vi fattar beslut, och exempelvis fråga oss vem som har något att vinna på en eventuell publicering.

## 20:5 Risker för partiskhet, osaklighet och spridning av desinformation

Vi måste alltid vara säkra på att allt vi publicerar är korrekt, opartiskt och sakligt. AI-tjänsterna är ofta tränade på olika upplärningsmodeller som vi har bristande insyn i. Det innebär att det finns risker för att material en tjänst genererar kan brista i saklighet och opartiskhet till följd av hur datainsamlingen gjorts och vilka informationskällor som använts. Materialet kan vara snedvridet, inaktuellt eller bygga på stereotypa frågeställningar. AI-tjänster kan också användas för att sprida desinformation och driva påverkanskampanjer.

## 20:6 AI-genererade röster

Vi ska inte publicera AI-genererade röster i den journalistiska verksamheten. Publiken ska kunna lita på att det är riktiga människors röster som hörs i Sveriges Radio.

En ansvarig utgivare kan besluta om undantag från grundregeln om det handlar om att skapa röster för icke mänskliga karaktärer i till exempel satir- eller dramaproduktioner. Då måste det vara tydligt för lyssnaren att sammanhanget är fiktivt och framgå i anslutning till publiceringen att AI har använts för att skapa rösterna.

## 20:7 AI-förbättrade röster

Vi kan använda AI-verktyg för att förbättra ljudkvaliteten. Syftet kan till exempel vara att sila bort bakgrundsljud eller förstärka röster för att hjälpa lyssnare med hörselnedsättningar att ta del av innehållet.

Innan vi publicerar innehållet som bearbetats måste vi säkerställa att inget ändrats eller lagts till av AI-verktyget. Verktyg som använder generativ AI för ljud- eller röstförbättring kan ibland ”gissa” sig fram till ord det inte uppfattar och ersätta dessa med ord eller sakuppgifter som verktyget tror saknas. Det riskerar att ändra betydelsen i det som faktiskt sagts vilket i sin tur kan få långtgående konsekvenser.

## 20:8 Anonymisering och avidentifiering med hjälp av AI

Vi ska inte använda AI för att anonymisera eller avidentifiera röster. Det är visserligen tekniskt möjligt att avidentifiera personer genom att låta en AI-tjänst skapa nya röster eller bearbeta befintliga. Men vi måste utgå ifrån att information som vi använder i en AI-tjänst kan spridas vidare och avidentifieras, eftersom vi själva inte har full kontroll över hur materialet hanteras av tjänsten.

Vi har sedan lång tid andra beprövade tekniker att avidentifiera medverkande personers röster. Har vi garanterat en källa anonymitet och meddelarskydd ska vi som regel använda skådespelare som läser och gestaltar vad källan sagt. Det är en säkrare metod för avidentifiering och anonymisering än vad AI-genererad röstförvrängning är.

## 20:9 AI-bilder i journalistiskt innehåll

Vi ska som regel inte publicera AI-genererade bilder som kan uppfattas som dokumentära eller som fotojournalistik som återger en verklig händelse. En AI-genererad bild riskerar att bli missvisande, värderande eller stereotyp beroende på vilket material som modellen är upplärd på. Det råder också juridisk osäkerhet kring hur AI-tjänsterna ”tränar” på befintliga bilder.

Det är bara en ansvarig utgivare som kan besluta om att göra ett undantag från grundregeln om AI-genererade bilder. Utgivaren behöver

då kunna redogöra för varför det inte gått att få fram en relevant bild på annat sätt. Om utgivaren väljer att publicera en AI-genererad bild måste det tydligt framgå för publiken att det rör sig om en illustration gjord med stöd av AI-teknik.

Utgivaren ska ta hänsyn till hur kontroversiellt eller känsligt programmets ämne är och analysera om illustrationen kan uppfattas som ett ställningstagande i någon riktning. Vi måste också vara säkra på att den AI-genererade bilden inte visar en identifierbar person.

Bilder som kan lura användaren att det rör sig om ett riktigt fotografi ska aldrig användas. AI-genererade bilder är inte dokumentationer av verkliga företeelser utan mer att betrakta som ett slags illustrationer vars utformning kan påverka trovärdigheten i vår journalistik. AI-genererade bilder kan i likhet med allt annat innehåll komma att prövas av Granskningsnämnden utifrån bestämmelserna om exempelvis opartiskhet, saklighet eller otillbörligt gynnande.

## 20:10 AI-bilder i satir och drama

Som regel ska vi vara restriktiva med AI-genererade bilder i satir och drama. Men publikens förväntningar på autenticitet är sannolikt lägre när det gäller satir och drama jämfört med journalistik, och programreglerna tillåter även något större friheter vad gäller opartiskhet och saklighet.

Om vi vill visualisera satir och drama med en AI-illustration ska innehållet vara tydligt fiktivt och publiceringen beslutad av ansvarig utgivare. Vi ska inte använda en AI-genererad bild som kan tolkas som ett riktigt fotografi eller kan orsaka en enskild person publicitetsskada. Tänk också på att en AI-illustration kan vara värderande eller stereotyp i hur den framställer ett visst ämne.

Inom satir finns en tradition av att skapa bilder som på något sätt baseras på redan existerande kända verk. Om vi publicerar en sådan AI- genererad bild måste den ansvarige utgivaren försäkra sig om att det tydligt framgår för publiken att bilden är satirisk och att vi inte gör intrång i någons upphovsrätt.

Om vi gör en AI-illustration för att bildsätta en dramaproduktion

ska det framgå att illustrationen är fiktion och därtill AI-genererad. Den ansvarige utgivaren behöver vara särskilt varsam om dramaproduktionen är baserad på verkliga händelser eller om personer kan lida skada av att förekomma i sammanhanget.

## 20:11 AI-bearbetning av bilder och montage

Vi ska inte redigera bilder med hjälp av AI på ett sätt som vilseleder publiken eller förändrar bildens innehåll, sanningshalt eller kontext. Det betyder att vi inte ska lägga till eller ta bort element från bilden eller på annat sätt ändra dess innebörd. Publiken måste kunna lita på att den bild de ser är äkta. Det kan även få upphovsrättsliga konsekvenser om en bild ändras.

Det är viktigt att tänka på att bildbearbetningsprogram automatiskt kan använda AI för att förbättra eller bearbeta bilder. Bilder från bildbyråer kan också vara AI-bearbetade. Även i dessa fall är det viktigt att vi inte publicerar bilder som ändrats så att de blir vilseledande.

Det är bara en ansvarig utgivare som kan fatta beslut om att publicera ett AI-genererat montage av flera olika bilder. I sådana fall måste det alltid vara tydligt för publiken att montaget är AI-genererat. Vi behöver också vara säkra på att montaget inte gör intrång i någons upphovsrätt eller riskerar att orsaka publicitetsskador för de avbildade personerna.

## 20:12 AI-genererad text ur eget material

Vi kan använda AI-verktyg för att generera texter ur det innehåll vi publicerar, till exempel i form av avsnittsbeskrivningar, rubriker, ingresser, sociala medier-texter eller sammanfattningar i punkter. Men även om det är en bra metod för att effektivisera arbetet och vässa journalistiken behöver en redaktionell medarbetare ha kontrollerat och kvalitetssäkrat materialet innan det publiceras. Textmaterialet ska vara sakligt och inte innehålla värderande ordval eller formuleringar. Vi bör också lägga särskild vikt vid att tilltalet är målgruppsanpassat, lätt att förstå och inte upplevs AI-genererat.

Om det i efterhand visar sig ha blivit fel i en AI-genererad text ska vi rätta det på vanligt sätt genom att följa checklistan för digitala publiceringar som finns på P0.

## 20:13 Transkribering av ljud för publik

För att öka publikens tillgänglighet till Sveriges Radios innehåll kan vi använda företagets eget AI-system som transkriberar ljudinnehåll till text.

När vi använder transkribering ska det tydligt framgå för användarna att textningen görs med stöd av ett AI-verktyg. Det gäller också AI-översättningstjänster till andra språk som Sveriges Radio på sikt skulle kunna vilja pröva.

Ibland kan det uppstå faktafel eller andra typer av fel i transkriberade texter. Om ansvarig utgivare bedömer att felaktigheten är av sådan art att den på något sätt hotar trovärdigheten i innehållet eller på något annat sätt bryter mot programreglerna ska vi så snabbt som möjligt ta bort eller rätta textningen. Rättelser ska göras enligt checklistan för digitala publiceringar som finns på P0.

## 20:14 AI-genererade ljudeffekter och miljöljud

Vi ska som regel vara tydliga inför publiken om vi använder AI-genererade ljudeffekter. Om vi säger att vi är på plats och bevakar en händelse ska miljöljudet vara äkta och inte AI-genererat.

I dramaproduktioner kan vi använda AI-genererade ljudeffekter eftersom vi sedan tidigare använt ljudeffekter och miljöljud som är skapade på annan konstgjord väg eller i en studiomiljö. Vi måste dock vara säkra på att villkoren för tjänsten vi använder tillåter att Sveriges Radio blir ägare till det innehåll som AI-tjänsten genererat åt oss och att vi får publicera innehållet utan begränsningar.

## 20:15 AI-genererad musik och jinglar

Vi ska som regel inte skapa AI-genererad musik för att till exempel få tillgång till gratis musik i våra publiceringar. Sveriges Radio respekterar licensavtal med upphovsrättsorganisationer och betalar skälig ersättning till upphovspersoner. Det råder också juridisk osäkerhet kring hur AI-tjänsterna ”tränar” på redan existerande musik.

Det är bara en ansvarig utgivare som kan fatta beslut om undantag från den här regeln. Vi måste också vara säkra på att användarvillkoren

tillåter att Sveriges Radio blir ägare till musiken som AI-tjänsten genererat åt oss, och att vi får publicera musiken utan begränsningar.

Om utgivaren beslutar att publicera musik eller jinglar som vi själva tagit fram med hjälp av AI ska det anges tydligt för lyssnarna i anslutning till publiceringen.

De här rekommendationerna gäller däremot inte musik gjord av utomstående, som innehåller AI-generade element eller helt eller delvis har skapats med hjälp av AI-verktyg. Sådan musik kan vi både spela och beställa, samt bedöma musikens kvalitet och relevans utifrån samma kriterier som annan musik som vi spelar i Sveriges Radio. Uppstår det frågor om rättigheter eller liknande till AI-genererad musik ska ansvarig utgivare fatta beslut om musiken kan spelas.

## 20:16 Om AI är ”grejen” i rapporteringen

När vi rapporterar om en nyhet eller ett fenomen kring AI-genererat innehåll kan det vara motiverat att spela upp ett exempel i ljudform. Då ska vi alltid förklara sammanhanget så tydligt som möjligt och vara särskilt noggranna om ljudet innehåller exempelvis en förfalskad röst eller ett musikstycke som låter som om det vore gjort av en känd artist.

Det kan också uppstå tillfällen då det är motiverat att använda AI-genererade ljudexempel vi själva gjort för att lyssnaren ska kunna förstå hur en viss teknik fungerar.

Det behövs beslut av ansvarig utgivare innan vi kan publicera sådana här exempel. Utgivaren behöver också bedöma risken för att vi gör intrång i någon annans upphovsrätt.

## 20:17 Transparens vid publicering av AI-genererat material

Som huvudregel ska det alltid framgå tydligt för publiken när vi publicerar AI-genererat innehåll. På P0-sidan ”AI på Sveriges Radio” hittar du alltid en aktuell version av Utgivarnas rekommendationer för hur vi kan formulerar oss på ett så transparent sätt som möjligt. Metoderna varierar självklart beroende på om det handlar om ljud, text eller bild och om publiceringen görs på digitala plattformar eller i linjär radio.

Vi ska vara transparenta med vilken typ av AI-verktyg vi använt och vilken uppgift tekniken använts till. Upplysningarna ska finnas i direkt anslutning till innehållet och kan till exempel formuleras så här: ”Den här illustrationen är skapad med stöd av ett AI-verktyg för bildgenerering” eller “den här sammanfattningen är skapad med stöd av ett AI-verktyg för textanalys”. När vi ger informationen i ljudform ska det ske sist i inslaget, programmet eller podden.

Vi ska inte visa upp varumärken eller vattenstämplar med exempelvis logotyper i bilder. Om AI-tjänstens användarvillkor kräver att vi kreddar tjänsten på ett visst sätt måste ansvarig utgivare bedöma och besluta om vi kan göra det utan riskera att vi gör oss skyldiga till ett otillbörligt gynnande.



# 21. Sveriges Radio i sociala medier

Sociala medier är en viktig metod för att nå ut. Det är också i huvudsak så vi ska använda dem: för att kommunicera med publiken, informera om vårt utbud och för att nå grupper som vi annars har svårt att nå ut till. Kraven på att vara kort och rapp för att sticka ut i bruset med våra publiceringar på sociala medier gör det extra viktigt att vi är särskilt noga med att följa våra programregler.

1. Regelverk och prövningar
2. Källskydd
3. Hänvisning till sociala medier i program och poddar
4. Varumärken på bilder i sociala medier
5. Ansvar för och prövning av publiceringar i sociala medier
6. Juridiskt ansvar för kommentarer
7. Upphovsrätt i sociala medier
8. Rättelse och genmäle i sociala medier
9. Att söka personer i sociala medier
10. Informationssäkerhet

## 21:1 Regelverk och prövningar

Våra publiceringar på externa plattformar omfattas av samma krav på innehållet som övriga publiceringar. Sociala medier är dialogdrivet, och många användare torgför sina åsikter och avkräver inte sällan oss som journalister våra åsikter och ställningstaganden. Men precis som i allt annat innehåll vi skapar i ljud, text och bild gäller regeln att vi som medarbetare på Sveriges Radio inte får ta ställning i kontroversiella frågor, eller låta vår personliga uppfattning eller värdering stå i vägen.

Och även på våra sociala medier-konton är vi skyldiga ge en allsidig belysning av de ämnen som vi ger spridning, det vill säga ta med relevanta fakta och åsikter från båda sidor i möjligaste mån. Helheten i publiceringen måste också vara begriplig även för den som inte går vidare och lyssnar på ljudet. Om till exempel kritik riktas mot en enskild person måste personens bemötande också finnas med i samma publicering på sociala medier-kontot. Det räcker alltså inte med att länka vidare till ljudinslag på våra egna plattformar.

Bestämmelsen om mediets genomslagskraft innebär att vi ska vara varsamma vid utformningen av publiceringen när vi tar upp vissa ämnen. På plattformar där barn antas befinna sig ska vi vara varsamma när det gäller innehåll som kan vara skrämmande så som t.ex. våldsskildringar eller avancerade sexuella skildringar. Ibland kan vi behöva varna för sådant innehåll eller undvika att publicera innehåll som kan vara skrämmande i anslutning till innehåll som riktar sig till barn. Läs mer under mediets genomslagskraft. Vi ska vara försiktiga med att sprida sådant som kan vara uppenbart kränkande för en grupp av människor. Däremot kan vi beskriva en händelse om vi sätter det i ett sammanhang.

I många sociala medier förekommer reklam i direkt eller indirekt anslutning till innehållet. Om vi lägger vi upp en video i en social medietjänst får det inte förekomma reklam i videospelaren - varken före, under eller efter klippet. Det får heller inte förekomma reklam i andra typer av inlägg med innehåll från oss. I många fall finns det möjlighet att välja bort reklam (eller ”monetization”) i sociala medie-tjänstens kontoinställningar. Om detta inte är möjligt är grundregeln att vi behöver använda andra tjänster stället.

Däremot är det inget direkt hinder om det förekommer reklam runt om innehållet. Då gäller att enskilda bedömningar får göras i

varje fall om gynnandet som kan uppstå vägs upp av nyhets- eller informationsvärdet.

Om vi bäddar in innehåll från en extern källa ska vi tänka på att innehållet kan komma att inledas med reklam, som till exempel i filmer från Youtube. Innan publicering ska vi därför fundera på om nyhets- eller informationsvärdet i det aktuella klippet är så stort att det väger tyngre än det otillbörliga gynnande som kan uppstå.

## 21:2 Källskydd

Vi ska vara lika noggranna med källskyddet i sociala medier som i andra sammanhang. I vissa fall kan det handla om det grundlagsfästa meddelarskyddet. Det innebär att om vi hanterar uppgifter från en källa som önskat vara anonym, har vi enligt YGL tystnadsplikt som innebär en skyldighet att hålla källans identitet hemlig.

Vi ska aldrig hantera känslig information som till exempel anonyma tips och uppgifter om källor i plattformarnas meddelandefunktioner eftersom dessa plattformar kan få tillgång till material. Istället bör vi uppmana källor att lämna känsligt material till oss via någon av våra krypterade kanaler som till exempel Radioleaks.

Det finns en risk att de företag som tillhandahåller plattformarna måste lämna ut materialet till exempel till polisen vid en brottsutredning utan att de kan åberopa källskydd. Många plattformar lyder också under andra länders lagstiftning vilket kan göra att skyddet för meddelare är mycket svagare än i Sverige.

## 21:3 Hänvisning till sociala medier i program och poddar

Sociala medier är ett verktyg som Sveriges Radio bland annat använder för att vara i kontakt med publiken på olika sätt. Ibland kan vi behöva nämna våra konton i olika sociala medier-plattformar i sändningar och publiceringar. Tänk då på att det inte får vara ett otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

Vi måste ha goda publicistiska skäl att hänvisa publiken till något av våra konton på en sociala medier-plattform. Ett sådant skäl kan vara

att vi vill att lyssnaren ska kunna bidra med innehåll eller synpunkter i våra poddar och program, som till exempel: ”Bilder från reportaget hittar du på vårt Instagramkonto”, eller ”Berätta om dina erfarenheter på vår Facebooksida”.

Vi ska inte uppmana någon i våra poddar, program eller andra publiceringar att gå med i eller besöka enskilda sociala medier-tjänster. Vi ska också vara försiktiga med att fokusera på varumärken och kommersiella plattformar exempelvis genom att upprepade gånger nämna dem i sändning eller i en publicering.

## 21:4 Varumärken i bilder på sociala medier

Sveriges Radio ska vara fritt från reklam och inte på ett otillbörligt sätt gynna kommersiella intressen. Därför måste det finnas ett informationsintresse om vi vill publicera en bild på en kommersiell produkt eller ett varumärke. Logotyper och varumärken ska alltså inte förekomma på kläder någon har på sig eller på föremål vi visar upp om det inte finns ett journalistiskt motiverat syfte. Om vi i rapporterar om ett visst företag i nyhetssammanhang kan det ibland också vara motiverat att visa varumärken i bild.

Det spelar också roll vilken miljö en bild är tagen i. När vi tar bilder på en medverkande som befinner sig i ett sammanhang och vi själva kan välja bakgrund och motiv bör vi undvika att avbilda synliga varumärken på kläder eller i omgivningen. I andra situationer kan det däremot vara motiverat att avbilda någon som bär kläder med logotyper, som exempelvis en idrottsutövare som vistas i en arenamiljö.

Vid stora nyhetshändelser eller andra uppmärksammade situationer som vi bevakar, till exempel ett terrordåd, en olycka eller en demonstration på en allmän plats, kan det förekomma logotyper eller namn på butiker i bakgrunden. Innehållet i nyhetsförmedlingen ska vara så autentiskt som möjligt.

Om vi intervjuar en person i kommersiell miljö som exempelvis i en galleria ska vi däremot alltid undvika att visa logotyper eller kommersiella budskap i bakgrunden. Däremot kan bilder från idrottsarenor och intervjuer i direkt anslutning till ett sportevenemang där vi själva inte bestämmer över platsen i viss mån innehålla loggor och varumärken.

Som medarbetare ska vi inte bära kläder med synliga logotyper på eller liknande på bilder.

Vi ska också undvika att ha fokus på varumärken exempelvis på medverkandes kläder om Sveriges Radio själva bestämmer över situationen då bilden tas, till exempel fotografering i en studio av medverkande som har varumärken på kläder, instrument, drycker eller liknande. Vi kan då behöva be våra medverkande avlägsna kläder med loggor eller tejpa över varumärken.

Ibland kan vi behöva ”blurra” eller beskära en bild före publicering så att varumärken inte syns, om vi till exempel inte uppmärksammade loggan eller varumärket vid fototillfället. ”Blurrning” innebär en bearbetning av bilden vilket innebär att det krävs tillstånd från rättighetshavaren, vilket oftast innebär den fotograf som tagit bilden. Vi har dock rätt att ”blurra” eller beskära bilder som är Sveriges Radios egna eller som vi hämtar från bildbyrån TT.

## 21:5 Ansvar för och prövning av publiceringar på sociala medier

För plattformar som Sveriges Radio själv tillhandahåller, eller andra plattformar där bara vi själva kan göra ändringar i innehållet gäller Yttrandefrihetsgrundlagen, YGL. På dessa plattformar är det ansvarig utgivare för respektive sida som är ansvarig för eventuella brott som begås, till exempel förtal. YGL gäller också det innehåll som vi delar från Sveriges Radios digitala plattformar på våra sociala medier-konton.

Däremot gäller utgivarens ansvar inte sådant vi publicerar på annat sätt än att dela vårt innehåll. YGL gäller inte till exempel Youtubeklipp, programsidor på Facebook, rena Facebookposter, tweets eller publiceringar på Instagram. I de här fallen är det istället den enskilde medarbetaren som är personligen ansvarig för det som sprids.

Därför är det viktigt att varje chef informerar medarbetare som jobbar med sociala medier om hur det juridiska ansvaret ser ut.

Om redaktionen ska publicera ett inlägg som kan riskera att innehålla ett förtal eller annat brottsligt innehåll direkt på en icke-grundlagsskyddad sajt kan det lösas genom att den som är ansvarig utgivare loggar in och publicerar inlägget istället för medarbetaren. På det sättet

blir samma person ansvarig för publiceringar på alla plattformar. Det krävs dock bara om det finns en risk för brott.

Våra digitala publiceringar kan också prövas i två medieetiska system: Granskningsnämnden (GRN) samt Medieombudsmannen (MO) och Mediernas Etiknämnd (MEN). Vid prövningen i GRN och MO/MEN är det inte ansvarig utgivare utan programmet och Sveriges Radio som fälls eller frias. Vi behöver därför i möjligaste mån spara våra publiceringar inklusive rättelser i sociala medier i minst sex månader. Vi ska kunna svara på hur inläggen såg ut från början och hur de ser ut efter en uppdatering, till exempel efter en rättelse.

## 21:6 Juridiskt ansvar för kommentarer

I ett kommentarsfält där kommentarer modereras i efterhand gäller inte YGL. Det innebär att det inte finns en ansvarig utgivare. Varje skribent är därför själv straffrättsligt ansvarig för det hen skriver i sociala medier.

Den som tillhandahåller ett kommentarsfält på sitt sociala medierkonto måste dock ha uppsikt över detta enligt lagen om ansvar för elektroniska anslagstavlor (BBS-lagen). Sveriges Radio kan enligt BBS-lagen som tillhandahållare ställas till ansvar om vi inte ”skyndsamt” tagit bort en kommentar som innehåller sådant som kan vara brottsligt. Det kan vara till exempel hets mot folkgrupp, uppvigling, olaga integritetsintrång eller upphovsrättsintrång. Sveriges Radio kan dock inte hållas straffrättsligt ansvarigt för det brottsliga innehållet i själva kommentaren. Däremot kan kommentarer skrivna från officiella Sveriges Radiokonton prövas av Granskningsnämnden utifrån bestämmelserna om saklighet, opartiskhet, otillbörligt gynnande och rättelse med mera.

## 21:7 Upphovsrätt i sociala medier

Upphovsrätten gäller på sociala medier precis som i alla andra sammanhang. Om vi vill använda upphovsrättsskyddat material måste vi som regel ha upphovspersonens tillstånd. Det gäller inte bara ljud, bild och text utan också publicering av skärmdumpar, illustrationer, skiv- eller bokomslag. Om vi använder en bild utan tillstånd från rättighetsinnehavaren eller inte anger namn på den fotograf som tagit bilden kan vi

riskera att få ersättnings- och skadeståndskrav för upphovsrättsintrång.

Om vi vill publicera användargenererat innehåll från sociala medier krävs normalt ett skriftligt tillstånd från upphovspersonen, om det inte handlar om funktioner inom plattformen som retweets eller delningar. Kom också ihåg att spara det skriftliga tillståndet ifall frågor uppstår kring publiceringen i ett senare skede.

Sveriges Radio har ett flertal avtal med leverantörer och upphovsrättsorganisationer för att vi ska kunna använda musik, litteratur och bild i vårt innehåll. Vi har till exempel avtal med bildbyråer vars bilder vi i de flesta fall får använda deras bilder i våra sociala medier-publiceringar. Innan vi publicerar behöver vi dock känna till vad avtalet för den specifika bilden säger. Information om bildbanken och hantering av TT-bilder finns på intranätet P0.

Vi kan också använda funktioner i sociala medier som erbjuder upphovsrättsligt skyddat material, som till exempel Instagrams eller Facebooks musikbibliotek om vi vill skapa en video inom någon av tjänsterna. I dessa fall har tjänsterna avtal med upphovsrättsorganisationer som reglerar hur kontoinnehavaren kan använda tjänsternas musikbibliotek.

### Tre undantag från upphovsrätten

Det finns ett antal undantag i upphovsrättslagen som gör det möjligt för oss att använda ett verk utan tillstånd från upphovspersonen. I det journalistiska arbetet kan följande undantag bli aktuella:

- *Nyhetsundantaget.* Detta undantag ger oss möjlighet att använda ett upphovsrättsskyddat material när om ett visst verk utgör nyheten eller är en väsentlig del av nyhetsrapporteringen. Nyhetsundantaget kan tillämpas när vi rapporterar om exempelvis ett kontroversiellt verk i form av en bild, ett konstverk, en bok eller ett musikstycke. Vi får då visa eller citera verket i den utsträckning som är motiverad av nyhetsvärdet och allmänintresset, men inte mer än vad som krävs för att kunna förmedla nyheten.

- *Parodiundantaget.* Detta undantag kan användas om syftet är att skapa en parodi, karikatyr eller pastisch. Det krävs dock att användningen syftar till att skapa humor eller ge en kommentar genom att efterlikna eller omtolka ett originalverk. Ett sådant exempel är så kallade memes som bygger på kända bilder eller verk. Det är dock inte alla memes som automatiskt omfattas av undantaget. Syftet med användningen måste vara parodiera något och inte bara att återge originalverket i ett underhållande sammanhang.
- *Citaträtten.* Detta undantag från upphovsrätten är det vi oftast använder i det journalistiska arbetet. Citaträtten ger oss möjlighet att använda en bit ur ett verk för att sätta det i ett sammanhang, som till exempel att citera något ur en bok.
  För att vi ska kunna använda citaträtten krävs att verket vi citerar från är offentliggjort med upphovspersonens samtycke. Vi kan ta citat ur nästan alla typer av verk som musik, filmer och böcker - dock inte fotografier.

  Citaträtten kräver också att det vi citerar sätts i ett sammanhang där vi på något sätt belyser eller utvecklar det som citeras och den kontext det ingår. Citat får alltså inte användas bara för att göra våra egna inlägg mer lyssningsvärda. Sammanhanget måste också framgå i varje publicering. Vi kan exempelvis inte publicera ett musikstycke i sociala medier och hänvisa till citaträtt för att vi länkar till en större publicering där en recension finns. Varje enskild publicering där något citeras måste uppfylla kraven på citaträtt.

  Det finns ingen exakt gräns för hur långt eller kort ett citat får vara. Vi får använda så mycket som behövs för att publiken ska förstå innebörden i det citerade, men inte mer än så.

  Även när vi stödjer oss på något av undantagen ska vi ange vem som är upphovsperson och var citatet kommer från. Glöm inte heller att länka till originalkällan på artikelnivå om citat sker från till exempel en digital publikation. I vissa särskilda fall bör dock länkning inte ske, till exempel om Sveriges Radio inte vill namnge en person som namnges i den ursprungliga nyheten.

  Om du är osäker på hur du kan använda nyhetsundantaget, parodiundantaget eller citaträtten kan du kontakta juridikavdelningen.

### Kredd och ideell rätt

När vi publicerar ett verk har upphovspersonen så kallad ideell rätt att få sitt namn publicerat i anslutning till användningen av verket. Detta gäller oavsett om vi har tillstånd för publicering eller förlitar oss på något av de upphovsrättsliga undantagen. I den ideella rätten ingår också att verket inte får ändras eller sättas i ett sådant sammanhang att upphovspersonens litterära eller konstnärliga anseende eller egenart kränks. En upphovsperson har också rätt att vara anonym. Om vi inte namnger på rätt sätt, eller genomför en kränkande ändring av ett verk, kan vi bli skyldiga att betala ersättning och skadestånd.

### Användning av ett verk utan tillstånd av publicistiska skäl

I vissa fall kan det finnas publicistiska skäl att publicera ett upphovsrättsligt verk trots att vi saknar tillstånd eller möjlighet att utnyttja ett upphovsrättsligt undantag. Det kan handla om situationer när vi bedömer att allmänintresset och de publicistiska skälen för en publicering väger över det upphovsrättsliga skyddet och risken för skadestånd. Eftersom en sådan användning kan innebära upphovsrättsintrång och medföra skadeståndsansvar ska beslut alltid fattas av ansvarig utgivare.

## 21:8 Rättelse och genmäle i sociala medier

Ibland blir det fel – det kan gälla en faktauppgift eller att någon som borde ha fått bemöta kritik inte fick göra det. För vår trovärdighet är det viktigt att vi snabbt rättar fel och publicerar relevanta genmälen.

När det gäller rättelser eller genmälen i sociala medier-tjänster kan vi behöva ta hänsyn till tjänstens specifika förutsättningar för att rättelsen och/eller genmälet ska få så stor spridning som möjligt. Om ett inlägg som innehåller ett sakfel eller saknar bemötande har fått spridning genom att det har delats ska det ursprungliga inlägget eller ljudet uppdateras med en rättelse eller ett genmäle. I checklistan för digitala publiceringar som finns på intranätet P0 hittar du alltid aktuella råd hur rättelser eller genmälen kan utformas.

I sociala medier-tjänster där det inte är möjligt att dela på samma sätt kan vi istället behöva publicera ett nytt inlägg som hamnar högre upp i flödet eller i en så kallad story. Detta för att en rättelse eller ett bemötande ska kunna nå ut till dem som tagit det av det ursprungliga

inlägget. I vissa tjänster ligger originalinlägg kvar långt ner i flödet även om vi har uppdaterat det med en rättelse eller ett genmäle. Originalinläggen bör ändå uppdateras i dessa, alternativt tas bort om vi gjort ett nytt inlägg med korrekta uppgifter.

Oavsett vilken sociala medier-tjänst vi använder ska vi alltid göra det tydligt för följarna om en digital publicering har blivit rättat, ändrat eller uppdaterat med ett genmäle.

## 21:9 Att söka personer i sociala medier

Tänk på att en ”mention”, ”taggning”, eller ”ping” av en person, organisation eller annan part som kritiseras i vår journalistik inte kan likställas med att vi sökt någon för en kommentar, till exempel när en organisation eller person kritiserats. Vi måste alltid göra rimliga ansträngningar för att söka personen innan kritiken framförs. Med det menas att vi ska söka organisationen eller personen via telefon och/eller mejl vid upprepade tillfällen.

## 21:10 Informationssäkerhet

Ibland kan man som användare bli tillfrågad av det företag som står bakom en sociala medier-plattform att ge företaget tillgång till kontaktlistor, kamera, mikrofon, meddelanden, skärmavbildning, positioneringsdata och annat man har i sin telefon.

Därför är det viktigt att noga värdera vilken information man har i telefonen och skyddar den från obehöriga. Jobbar du med material som omfattas av källskydd ska du undvika att ha materialet på samma telefon som du använder till externa tjänster på internet. Olika små bitar av information som vi lämnar digitala spår av kan läggas ihop och ge en större sammantagen bild som i slutändan avslöjar din källa.

Vi behöver vara mycket försiktiga med hur vi använder våra telefoner, och löpande ta del av företagets interna säkerhetsutbildningar. Därför är det viktigt att tänka efter hur du inhämtar, delar och sparar information. Känner du dig osäker på hur du ska agera rekommenderas att du pratar med säkerhetsavdelningen, som till exempel kan ge råd och stöd i din informationshantering och om vilka kommunikationstjänster som för tillfället anses vara säkra eller hur material kan sparas på bästa sätt.

# 22. Råd och hjälp

## JURIDIK

Till Juridikavdelningen kan medarbetare alltid vända sig med frågor som rör programetik och juridik. Om du har en fråga av programetisk eller juridisk karaktär kring publiceringar kan du skicka ett mejl till *programjuridik@sr.se*. När det gäller andra typer av juridiska frågor kan du ta kontakt med Juridikavdelningen via Sveriges Radios växel.

Juristerna gör också besök på redaktioner för att diskutera programetiska och juridiska frågor.

## SPRÅK

Medarbetare kan alltid vända sig till Sveriges Radios språkvårdare för att få hjälp med språkfrågor, till exempel när det gäller ordval, uttal, formuleringar och skrivregler.

Den interna språkdatabasen Dixi, dixi.sr.se, når du lätt via intranätet. Språkvårdarna når du på ankn 450 47 eller via mejl till *sprakvard@sr.se*

Språkvårdarna gör också besök på redaktioner för att diskutera språkfrågor.

## ANSTÄLLNING OCH HR

Om du har frågor kring din anställning kan du kontakta Fråga HR genom att mejla *fragahr@sr.se* eller använda Serviceportalen som finns på P0.

## TEKNIK

Vid frågor, felanmälningar eller önskemål inom teknikområdet, exempelvis it eller telefoni, kan du vända dig till SR Helpdesk vars portal du når via intranätet. I mer brådskande fall kan du ringa ankn 41414.

## SÄKERHET

Om du behöver nå Säkerhets- och beredskapsavdelningen med ett ärende utanför kontorstid kontaktar du Säkerhetsjouren på ankn 498 34.

Incidenter som rör it-, informations- och cybersäkerhet rapporterar du till SR Helpdesk.

## LICENSIERING

Förfrågningar om användning eller licensiering av Sveriges Radios material för professionella ändamål ska hänvisas till *licensiering@sverigesradio.se*.

Observera att det finns begränsningar för vilken typ av användning Sveriges Radio kan licensiera eller sälja material till. Allmänheten kan inte licensiera material för privat bruk utan hänvisas till sverigesradio.se och Sveriges Radios app för att ta del av allt publikt material.



Public service-handboken är till för alla som arbetar på och för Sveriges Radio. Här finns vägledning i frågor som gäller bland annat uppdraget, etiken och programjuridiken och dessutom regler för både medarbetare och chefer.

Handboken finns också tillgänglig för alla som vill veta mer om hur Sveriges Radio arbetar för att uppfylla sitt public service-uppdrag.