

A photograph of three children and a dog in a derelict industrial building. A girl stands on the left in a dark jacket and jeans. A boy sits on a pile of tires in the center, wearing a blue hoodie. Another boy sits in front of him, wearing a light green hoodie. A brown dog sits on the right. The background shows rusted metal structures and graffiti.

UR

2025

Public service-redovisningen



I vodden *Vad säger ni tjejer?* (gymnasium) vänder och vrider fyra tjejer med olika erfarenheter på vad det innebär att vara ung kvinna i dagens samhälle. Det pratas bland annat om köns-hår, kroppshat, att bli mobbad och soft girls.

Innehåll

Vd har ordet 5

Kapitel 1 UR:s roll 6

1.1	Årets public service-redovisning	7
1.2	UR i ett föränderligt medielandskap	8
1.3	UR:s mål och strategier	13

Kapitel 2 Värdet av UR 14

2.1	Värde för samhället och individen	16
2.2	Kunskapsuppdraget bidrar till lärande	16
2.3	Förtroende, relevans och användbarhet	17
2.4	Här finns användarna	19
2.5	Lyssnande	20
2.6	Tittande	20
2.7	Mått för lärandeffekt	22

Kapitel 3 Så arbetar UR 24

3.1	Uppdrag och kvalitet	25
3.2	Variation i produktionsformer	26
3.3	UR:s bidrag till en livskraftig produktionsmarknad	26
3.4	Publicistiskt ansvar och granskning av innehållet	28
3.5	Samverkan och återkoppling	29
3.6	Nya tjänster och förhandsprövning	31
3.7	Språkvård – ett viktigt ansvar för public service	32
3.8	Priser och utmärkelser	33
3.9	Sändningskvalitet	33
3.10	Utveckling av innehåll, teknik och kompetens	33
3.11	Beredskaps- och säkerhetsfrågor	36

Kapitel 4 Här hittar du UR 38

4.1	Marksänt utbud	39
4.2	Digital användning	41
4.3	UR:s digitala plattformar	43
4.4	UR på externa plattformar	45
4.5	Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet	46

Kapitel 5 Det breda uppdraget 48

5.1	Ett utbud för alla	49
5.2	Utbildningsområden	50
5.3	Folkbildning	52
5.4	UR ska spegla hela Sverige	53

Kapitel 6 Särskilda uppdrag och målgrupper 56

6.1	Det utökade utbildningsuppdraget	57
6.2	Barn och unga	60
6.3	Nyheter och fakta	64
6.4	Kulturella och konstnärliga upplevelser för barn och unga	64
6.5	Utveckling av programverksamheten för äldre barn och unga	65
6.6	Kultur	66
6.7	Tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning	67
6.8	Program för särskilda målgrupper	72
6.9	Minoritetsspråk	73

Kapitel 7 Så används pengarna 78

7.1	Intäkter	79
7.2	Kostnader	80
7.3	Produktivitet och kostnadseffektivitet	80
7.4	Så samarbetar public service-bolagen	85

Kapitel 8 Planer för framtiden 90

Kapitel 9 Bilagor 96

9.1	Kontakter med utbildningsväsendet	95
9.2	Uppfyllelse av krav i sändningstillståndet	96
9.3	Uppfyllelse av krav i medelsvillkor	97
9.4	Nationella minoritetsspråk, sammantagen volym samt förstasändningar, alla bolagen	98
9.5	Sändningstillstånd för Sveriges Utbildningsradio AB 2020–2025	99
9.6	Medelsvillkor avseende Sveriges Utbildningsradio AB 2020–2025	100
9.7	Policy för UR:s närvaro på tredjepartsplattformar	102

UR 2025 i korthet

Unga har Nyhetskoll

I januari var det premiär för *Nyhetskoll* (åk 7–9, gymnasium), ett nytt format med nyheter för unga och deras frågor i fokus. På kort tid har programmet lyckats nå sin publik, både i klassrummet men också utanför skoltid. *Nyhetskoll – veckan*, som sammanfattar veckans viktigaste händelser, når varje vecka drygt 100 000 elever, och antalet växer för varje vecka. Dessutom vann *Nyhetskoll* tv-priset Kristallen i kategorin Årets nyheter och aktualitetsprogram.

Lär dig räkna

Matematik kan vara både svårt, kul och spännande. I *Räkna med Djuren på djuris* (förskola) upptäcker kompisarna Ull, Satsumas och Fiolin att dubbelt inte alltid är bra och att en stund kan vara både kort och lång. I *Matteväktarna – Ett och Två kör* (åk F–4) får tittaren hänga med på fartfyllda matteäventyr där uppgiften är att lära sig siffror och tal på svenskt teckenspråk. Och i *Extremmatte* (åk 4–6) får tittarna hjälp med att förstå olika matematiska begrepp genom stora, galna, oväntade och knasiga utmaningar.

UR:s publik fortsätter att växa

Användningen av UR:s program på de digitala plattformarna ökar, såväl interna som externa. Under 2025 ökade antalet strömstartar med drygt 10 procent på UR Play och på de externa plattformarna ökade användningen totalt med 22 procent.

Alla älskar drama

Under 2025 har UR sänt och publicerat flera nya egenproducerade dramaserier för användning inom utbildningen. UR kallar det kunskapsdrama eller pedagogiskt drama eftersom innehållet även stärker lärandet. Drama väcker känslor och gör det ibland enklare att förstå även komplicerade frågor. Radiodramat *Influencerbarnet* (åk 4–9), där 12-åriga Cleo får nog av rampljuset, är en utmärkt grund för att diskutera nätvet, personlig integritet, sociala medier, algoritmer samt hur detta påverkar den digitala vardagen. Och i *Genom min ögon* (åk 7–9) berättas varje historia genom tre filmer, där syftet är att leva sig in i huvudpersonens upplevelse. Filmerna utgår från olika kursplaner och innehåller fakta samtidigt som de fungerar som diskussionsstartare.

Att läsa är att lära sig tänka

Språket är vägen in i samhället och ut i världen. Att lära sig läsa och därefter fortsätta läsa är grunden för att klara kunskapskraven i skolan och att sedan ta sig vidare ut i livet. Under 2025 fortsatte UR att publicera ett programutbud som syftar till att inspirera till läsning för barn och unga. Nya säsonger av *Småsagor* (förskola), *Lässugen* (åk F–3) och *Boksnack* (åk 4–6) sändes 2025. UR sände även flera program för en vuxen publik – med ett särskilt fokus på män. Program som *Poeter och analfabeter*, *Dicklit* och *Leifbys läsresa* fokuserar alla på mäns läsning och vad den kan göra med en människa.

Vd har ordet

År 2025 utgjorde slutet på en sexårig tillståndperiod, där UR har fortsatt göra nytta med lärande- och kunskapsprogram i syfte att stärka samhället och skolan. Kunskapsbehoven är stora, både inom utbildningsväsendet och hos den breda allmänheten. Omvärlden är fortsatt orolig. Desinformation sprids snabbt och rikligt. I oroliga och snabbföränderliga tider är UR:s roll given – att bidra med ett kunskapshöjande programutbud som användarna har förtroende för.

Samtidigt har förändringarna inom medieanvändningen accelererat, där AI blivit en drivande motor i både konsumtion och skapandet av innehåll. Konkurrensen om medieanvändarnas tid och uppmärksamhet är stenhård. Därför har UR under 2025 fokuserat mycket på ett vässat innehåll och en ökad användning.

Nya programformat

2025 var också ett år då UR präglades av förändring och utveckling.

I januari lanserade UR och SVT den gemensamma satsningen *Nyhetskoll*, med de erkänt svår fångade tonåringarna som målgrupp. Många ungdomar undviker nyheter och har en sviktande tilltro till politiker och upplever att de inte kan påverka samhället. Trots detta har det nyhetsmagasin som görs till skolorna varje vecka på kort tid nått stor användning och *Nyhetskoll* vann i september tv-priset Kristallen i kategorin ”Årets nyhets- och aktualitetsprogram”.

UR:s satsning på egenproducerade radiodraman fortsatte under året med *Influencerbarnet* (åk 4–7), en dramaserie om 12-åriga Cleo Florez som växer upp i en influencerfamilj, men en dag bestämmer sig för att hoppa av. Serien vann Prix Europa i kategorin *Best European Audio Fiction Series of the Year 2025*.

Och under hösten var det premiär för *Pluggtipset*, en programserie där elever i mellanstadiet kan hitta tips och strategier för att göra skolarbetet både lättare och roligare.

Utöver dessa programserier har UR fortsatt att utveckla språkutbudet liksom utbudet inom AI och beredskap samt en satsning på vodd – podd med rörlig bild.

I ambitionen att nå fler med innehållet har hårda prioriteringar gjorts, där färre produktioner fått mer resurser för att bättre nå ut i bruset.

Stort fokus på användningen

Det är när innehållet används som UR:s program gör skillnad och nyttan åstadkoms. Därför har ett stort fokus under året legat på att sprida innehållet

och att öka dess användning. Flera interna projekt syftar till att programutbudet ska nå ut ännu bättre, bland annat en ny varumärkesplattform och en satsning på att förtydliga UR:s erbjudande till användarna. En omorganisation har också genomförts när det kommer till distributionen.

Arbetet med innehållet och fokus på användarna har gett resultat. Under året ökade strömstarterna på UR:s huvudsakliga plattform UR Play med drygt 10 procent, jämfört med 2024. Även tittnings- och lyssningstiden ökade, liksom användningen på externa plattformar. Samtidigt har UR också uppfyllt alla rikttal och mål när det kommer till särskilda målgrupper, som exempelvis nationella minoritetsspråk och teckenspråk.

Fortsatta effektiviseringar

UR jobbar kontinuerligt med effektiviseringar i syfte att utveckla och förbättra verksamheten – men också för att medlen ska räcka. En sparplan för åren 2024–25 har fullföljts för att sänka kostnader. Det har lett till hårda prioriteringar och ett lägre antal anställda. Verksamheten är numera samlad i Stockholm.

I december beslutades om villkoren för public service under åren 2026–2033. UR är redo för en ny uppdragsperiod, förberedelserna har pågått under hela 2025 där anpassningar gjorts till det teknikneutrala uppdraget och till ett förtydligt beredskapsuppdrag.

Det är med glädje jag konstaterar att steget in i den nya uppdragsperioden sker med en fortsatt kraftig ökad användning av UR:s kunskapsutbud – ett av flera mått på ökad nytta och större effektivitet utifrån de medel som tilldelats UR under 2025.

Kalle Sandhammar
VD, UR

FOTO: MAGNUS RAGNVID





I Lokes hemlighet
(åk F-3) får vikinga-
barnen Thora och Sven
med föräldrar under en
fruktansvärd snöstorm
besök av en mystisk
gumma, Edda. För att
få stanna börjar hon
berätta historier om
Asagudarna.

FOTO: PONTUS RUDOLFSSON/BILDEN ÄR ETT AI-MONTAGE

Villkor som kapitel 1 svarar på:

• Sveriges Utbildningsradio AB (UR) har till uppgift att bedriva programverksamhet inom utbildningsområdet i allmänhetens tjänst. Verksamheten ska präglas av oberoende och stark integritet och bedrivas självständigt

i förhållande till såväl staten som olika ekonomiska, politiska och andra intressen och maktsfärer i samhället.

Ur sändningstillståndets inledning.

• Medelsvillkor 21

• Läs mer i bilaga 9.6 Medelsvillkor för UR

UR:s roll

UR är ett oberoende och självständigt public service-bolag med ett unikt kunskapsuppdrag som vilar på utbildning och folkbildning. UR producerar och tillgängliggör radio- och tv-program för alla åldrar och alla utbildningsstadier. I fokus för programutbudet står alltid kunskap – för de många och de få.

UR drivs av att bidra med kunskap för livet. Att varje individ kan fatta välgrundade beslut utifrån förvärvad kunskap är en förutsättning för en välmående demokrati. UR bidrar genom programutbudet till att minska kunskapsklyftorna i vårt samhälle. Varje program har en specifik målgrupp i fokus – barn i förskolan, elever i grund- och gymnasieskola liksom folkhögskola och komvux samt även föräldrar, seniorer och nationella minoritetsgruppsgrupper – men innehållet kan vara folkbildande och utbildande för fler än programmets primära målgrupp. Program för gymnasiet används till exempel även på folkhögskolans allmänna linje och innehåll som används inom studieförbunden har också en stor användning i den breda allmänheten.

Verksamheten fokuserar på att alla – oavsett förutsättningar – ska få samma möjligheter att klara kunskapsmålen i skolan och få chans till ett livslångt lärande. UR kan med sitt specifika kunskapsuppdrag och sitt utbud bidra till barns, ungas och vuxnas lärande och utveckling samt därmed bidra till att stärka demokratiska värden.

1.1 Årets public service-redovisning

UR, Sveriges Radio och SVT lämnar varje år in var sin public service-redovisning till Kulturdepartementet samt granskningsnämnden vid Mediemyndigheten. Granskningsnämnden bedömer därefter utifrån redovisningarna hur bolagen har uppfyllt sina respektive public service-uppdrag.

UR har i uppdrag att bedriva programverksamhet i allmänhetens tjänst och finansieras genom en inkomstbaserad public service-avgift som samlas in via skattsedeln. För UR är det av största vikt att hantera de medel som tilldelas bolaget på ett ansvarsfullt sätt och att redovisa detta så transparent som möjligt – både för Mediemyndigheten och politiken men också för användarna av programmen, de som finansierar verksamheten. Det är därför både rimligt och önskvärt att verksamheten granskas och att redovisningen är så transparent och lättillgänglig som möjligt.

Arbetet med public service-redovisningarna pågår löpande under hela året för att utforma, utveckla och kvalitetssäkra innehållet. Ambitionen är att de färdiga publikationerna ska kunna fungera som värdefull information till allmänheten och bidra till offentlig diskussion om public service-bolagens verksamheter.

Årets public service-redovisning är den sista för tillståndspanoraden 2020–2025 och beskriver hur UR under 2025 har fullgjort det uppdrag som fastställts av riksdag och regering och som finns beskrivet i sändningstillstånd, medelsvillkor samt tillgänglighetsbeslut.¹ Samtliga krav som ställs i



¹ I Sedan 10 juli 2023 har regeringen även fattat beslut om innehållsvillkor på den verksamhet som public service-bolagen bedriver i beställ-tv och -radio. Beslutet gäller till och med 31 december 2025.

dessa dokument besvaras i redovisningen och i varje kapitel hänvisas till vilka krav som kapitlet besvarar. Sist i denna redovisning, i bilagorna 9.1 och 9.2, finns också en översikt över vilka kapitel som besvarar vilka villkor. Och i bilagorna 9.5 och 9.6 finns UR:s sändningstillstånd samt medelsvillkor för tillståndsperioden 2020–2025 att läsa.

Så arbetar bolagen för att utveckla redovisningarna

De tre bolagen har ett nära och kontinuerligt samarbete under året för att utveckla redovisningarna i gemensam riktning så långt det är möjligt. UR, Sveriges Radio och SVT verkar på olika marknader (ljud, rörlig bild samt utbildning) med var för sig olika förutsättningar och utmaningar. Public service-uppdraget är komplext och kräver en lång rad avvägningar av ekonomisk, etisk, publicistisk, konstnärlig samt, för UR, även pedagogisk art. Då de tre public service-bolagen har olika uppdrag, förutsättningar och mål kan inte alla definitioner eller indikatorer vara gemensamma. Varje bolag behöver egna exempel och beskrivningar och ibland även egna definitioner och indikatorer, som bäst motsvarar de respektive uppdragen.

I juni 2025 meddelade granskningsnämnden sitt beslut om de tre bolagens public service-redovisningar för 2024. Nämnden ansåg att Sveriges Utbildningsradio AB i huvudsak uppfyllt sitt public service-uppdrag under 2024 men endast delvis uppfyllt kraven gällande utbildningsutbudet. UR anser att granskningsnämndens beslut grundar sig på en tolkning av villkorens innebörd som står i strid mot bolagets oberoende och självständighet och besvarar detta utförligt i kapitel 6.1. Granskningsnämnden efterlyste samtidigt i sitt beslut över public service-redovisningarna 2024 utökad eller förtydligad redovisning av några villkor:

- Redovisningarna skulle vinna på att företagen tydligare redovisar hur de arbetar med att säkerställa att innehållet förmedlas på barn och ungas villkor. Utöver att UR utförligt redovisar detta arbetssätt i flera kapitel besvaras detta i kapitel 6.2.
- Fokusera på faktiska och konkreta samarbeten som bolagen har initierat under det gångna året. Detta besvaras i kapitel 7.5.

Allt som redovisas i tabeller och text avser sändningar i marknätet och publiceringar på UR Play om inte annat anges. Liksom tidigare år redovisar UR utbudsvolym och innehåll uppdelat på yngre barn, äldre barn, unga samt vuxna. I alla tabeller återges utbildningsområden enligt tabellen längst ned på sidan.

Vid sidan av bolagens samarbeten kring redovisningarna under tillståndsperioden 2020–2025

har bolagen också inlett samarbete inför tillståndsperioden 2026–2033 med huvudsakligt fokus på hur verksamheterna och programutbudet ska redovisas inom ramen för ett teknikneutralt uppdrag. Från och med 1 januari 2026 gäller public service-uppdraget hela verksamheterna oavsett plattform och distributionsform.²

1.2 UR i ett föränderligt medielandskap

UR befinner sig på en mediemarknad som präglas av snabb, digital utveckling i hård konkurrens där globala teknikjättar både erbjuder innehåll och distributionskanaler. Detta leder till att mediekonsumtionen kontinuerligt förändras och användarna ges större valfrihet och flexibilitet. On demand-tjänster på nätet för tittande och lyssnande har ökat kraftigt de senaste åren och fortsätter att öka liksom mediekonsumtionen på olika digitala plattformar. Enligt MMS, som mäter tittandet på tv och online, har svenskarnas tittande via olika strömningstjänster ökat med 20 procent 2025 jämfört med föregående år. Andelen svenskar som såg på strömmad tv uppgick 2024 till 67 procent, en ökning med två procentenheter sedan året innan, enligt *Mediebarometern 2024* (som publicerades i maj 2025). Och hela 96 procent tittade på rörlig bild varje dag. Högst räckvidd hade SVT Play (33 procent) följt av Netflix (32 procent) och TV4 Play (22 procent). Räckvidden för UR Play var två procent.

Vad gäller radiolyssnandet ser användningen annorlunda ut, enligt *Mediebarometern 2024*. Sett till befolkningen i sin helhet var lyssnandet via internet mindre utbrett för radio jämfört med tv: 29 procent av befolkningen lyssnade på podcast eller radio i efterhand och 22 procent på direktsänd webbradio. Majoriteten av lyssnandet på radio sker alltså via det marksända FM-nätet. Under 2024 lyssnade 55 procent av befolkningen på radio i bilen vilket gör bilradion till det vanligaste sättet att lyssna på radio. Lyssningen på radio i marknätet är med andra ord fortfarande relativt stabil.

Sammantaget finns det nu, utifrån användarnas perspektiv, ett nästan oändligt utbud av ljud och rörlig bild där allt fler strömningstjänster konkurrerar om lyssnarnas och tittarnas tid. Detta samtidigt som 93 procent av svenskarna dagligen använder sociala medier, enligt *Svenskarna och internet 2025*. De tre sociala medietjänsterna som flest svenskar använder är fortsatt Facebook, Instagram och Youtube.

Bland yngre, upp till 25 år, är Snapchat, Youtube, Instagram, Tiktok och Facebook de sociala medier som används dagligen.

² "Public service-uppdrag för Sveriges Utbildningsradio AB 2026–2033.



FOTO: DRAMASKI

Ökad konkurrens om användarnas tid

När utbudet och därmed konkurrensen om människors tid ökar, så ökar utmaningen för UR att bibehålla relevans hos målgrupperna. För att UR fortsatt ska kunna skapa nytta för användarna måste såväl innehåll som form och distribution utgå från användarens verklighet, behov och mediekonsumtionsmönster. UR arbetar därför kontinuerligt med att göra programutbudet tillgängligt för fler och för flera olika användargrupper med specifika behov, till exempel genom att utveckla metadata, sökfunktioner och tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning.

Det finns olika förväntningar och krav från användarna utifrån ålder och specifik målgrupp (som till exempel pedagoger eller teckenspråkstalande) både vad gäller innehåll och tillgänglighet. Olika användare och målgrupper har olika behov och mediebeteenden. Medan äldre användare förväntar sig att utbudet ska finnas i såväl marknät som online, har gruppen unga mer eller mindre redan övergett marknätet till förmån för, oftast, externa plattformar som Youtube, Tiktok, Spotify eller Apple podcaster.

Förändrade mediebeteenden ställer krav på tillgänglighet både vad gäller hur länge ett program finns att tillgå, bredden i utbudet och hur lätt det är att hitta samt på vilka plattformar. Det kommer framöver, utifrån det alltmer fragmentiserade medieanvändandet, vara av ännu större vikt att anpassa

kommunikation, val av publiceringsplattform och format för att nå avsedda målgrupper. UR måste försäkra sig om att programutbudet är synligt och tillgängligt så att användarna både kan hitta och välja UR:s utbud.

Den pågående fragmentiseringen av mediekonsumtionen innebär också en förflyttning från masskommunikation till en mer individanpassad medieinnehållsdistribution. Detta får långtgående konsekvenser. Kommersiella aktörer utvecklar sina affärsmodeller alltmer utifrån data om individers specifika intressen. För UR är det en utmaning att förena denna utveckling med sin roll som kollektiv nytthet och sitt uppdrag att nå alla, hela Sverige, med ett kunskapsstärkande utbud. ►

Hur hänger man med i en värld där alltmer blir digitalt och nya saker dyker upp hela tiden? I **Digital senior** (folkhögskola/studieförbund) utforskar fyra döva seniorer ämnen som säkerhet på nätet, källkritik och artificiell intelligens.

Utbildningsområde	Motsvarar utbildningsstadium
Yngre barn (0–9 år)	Förskola, grundskola åk F–3, anpassad grundskola åk 1–3, sameskolan, specialsolan
Äldre barn (9–12 år)	Grundskola åk 4–6, anpassad grundskola åk 4–6, sameskolan, specialsolan
Unga (12–19)	Grundskola åk 7–9, gymnasium, anpassad grundskola åk 7–9, anpassad gymnasieskola
Högskola	Inkluderar bl a lärarfortbildning
Folkhögskola/studieförbund	Organiserad folkbildning
Folkbildning	Allmänt folkbildande program
Vuxenutbildning	Komvux, sfi

I Djuren och årstiderna
(anpassad grundskola
åk 1–3) följer tittarna olika
djur genom årstiderna.
Hur lever de när det är
våldigt kallt eller väldigt
varmt? Vad äter de när
snön kommer?



FOTO: MIKAEL BLOMMÉ

Distribution över internet

Den snabba medieutvecklingen ställer höga krav på att UR kan utveckla ett on demand-utbud som är tillgängligt när användarna önskar och på de plattformar som de föredrar. Att hitta rätt balans i hanteringen av plattformarnas allt starkare marknadsposition är en utmaning för många aktörer – för UR, för andra medie- och utbildningsföretag och även för nationella och europeiska lagstiftare.

Externa plattformar (eller tredjepartsplattformar) som sociala medier och distributionsplattformar är i dag en självklar del av samhället och är dessutom platser där det offentliga samtalet pågår. I det samtalet behöver UR delta utifrån sitt utbildnings- och folkbildningsuppdrag i syfte att öka möjligheterna att upptäckas av, skapa relation till och ha dialog med de användare som är svåra att nå enbart på de egna plattformarna.

Å ena sidan har den digitala utvecklingen inneburit att globala företag, som inte bara producerar eget innehåll utan även vill kontrollera hur innehåll distribueras och visas, har fått en stark maktposition på den svenska marknaden. Å andra sidan ger de externa plattformarna UR möjligheter att nå ut med sitt kunskapsinnehåll till målgrupper som annars kanske inte hittar till UR:s utbud, som ungdomar eller nyanlända och i allt högre utsträckning även nya lärare.

Genom att finnas på externa plattformar utgör UR:s utbud en motvikt till desinformation och rykten som sprids i synnerhet i sociala medier. Därför behöver UR vara där användarna finns för att kunna nå dem med ett faktabaserat kunskapsinnehåll. UR har till exempel framgångsrikt kunnat nå en ung publik på sina Youtubekanaler *Tänk till* och *Orka plugga*.

För att UR och public service-bolagen fortsatt ska kunna vara oberoende, demokratifrämjande och trovärdiga alternativ är det nödvändigt att inte bara kommunicera med, utan också erbjuda innehåll på externa plattformar till specifika målgrupper som i nuläget inte tar del av utbudet via sändningar eller på de egna plattformarna.

Resurskrävande utveckling

Den snabba utvecklingen av medieanvändningen ställer krav på aktuell data och analys av hur den befintliga användningen ser ut och i vilken riktning den rör sig för att UR kontinuerligt ska kunna utveckla plattformar och distributionsvägar. Det innebär att betydande resurser med nödvändighet måste läggas på att utveckla och anpassa de digitala plattformarna för att kunna erbjuda användarna de gränssnitt och funktionaliteter som de efterfrågar – samtidigt som resurser även måste läggas på sändningar i marknätet.



FOTO: JENNELIND

"Bland barn och unga i åldern 8–19 år uppger 57 procent att de har använt något AI-verktyg"

För att kunna möta upp denna efterfrågan krävs investeringar i och utveckling av nya digitala lösningar för såväl programformat och produktion som distribution och kommunikation. Allt för att kunna erbjuda ett relevant innehåll som är lättillgängligt och attraktivt i konkurrens med globala innehålls- och distributionsplattformar.

Det är dock en konkurrens på ojämlika villkor då de stora teknikbolagen har helt andra ekonomiska förutsättningar. Med omsättningar på flera miljarder har de möjlighet att investera avsevärda summor i utveckling och innovation som leder till nya gränssnitt och funktionaliteter som användarna sedan förutsätter att andra aktörer, inklusive public service-bolagen, också erbjuder.

Utbildningsmarknad i snabb förändring

UR verkar inte bara på mediemarknaden utan också på utbildningsmarknaden som även den påverkas av

globalisering, digitalisering och snabb teknikutveckling. Allt fler aktörer producerar och tillgängliggör ett lärande innehåll digitalt vilket har underlättats av att teknikutvecklingen, inklusive AI, gjort det både betydligt billigare och enklare att producera såväl audio som video. AI är dessutom ett hett debatterat ämne inom skolan där olika AI-chatbotar beskrivs både som potentiella fuskmaskiner och som kraftfulla, pedagogiska verktyg. Bland barn och unga, i åldern 8–19 år uppger 57 procent att de har använt något AI-verktyg, enligt undersökningen *Svenskarna och AI 2025* som genomförts av Internetstiftelsen. Användningen är som högst bland ungdomar på högstadiet och gymnasiet där mer än tre av fyra använder AI. Detta kan jämföras med en betydligt lägre användning på 37 procent bland vuxna som är 20 år eller äldre, enligt samma undersökning. Vanligast AI-verktyg bland barn och unga är ChatGPT.

Kopplat till läxor och skolarbete är det allra vanligast att be AI-verktyget om hjälp att förklara saker man inte förstår, hur något fungerar eller vad olika begrepp betyder. Många elever ber också om språklig hjälp i skolarbetet. Det kan gälla glosor eller översättningar från andra språk, ordkunskap eller tips på hur man kan uttrycka sig.

Hur AI på sikt kommer att påverka kunskapsinhämtning, pedagogik och bedömning inom utbildningssektorn är svårt att i dag förutse. Men ►

I skapandet lever vårt arv (gymnasium) lyfts sex hantverkare och konstnärer med sitt ursprung i Tornedalen fram. Gunnel Tjäder är textilkonstnär och tornedalsk allmogemålare.



FOTO: ADAM NILSSON

I Ben Rangels bokstavsklubb (förskolan) har Ben Rangel byggt en scen, ett dansgolv – och alfabetet. Varje vokal får sin egen hyllning i denna serie som lär ut att bokstäver har både en form och ett ljud.

ett tilltagande behov av utbildning, omskolning och förståelse för tillämpning av AI är ett faktum. Införandet av AI som ämne i gymnasieskolan och på komvux från och med hösten 2024 är bara ett exempel på detta liksom regeringens uppdrag till Skolinspektionen att granska vilka åtgärder skolor vidtagit för att stävja fusk med hjälp av AI-verktyg.

Ekonomiska förutsättningar

UR arbetar kontinuerligt med att effektivisera olika delar av verksamheten, alltid med syftet att programproduktionen inte ska påverkas negativt. De senaste årens ekonomiska utveckling i Sverige med hög inflation har inneburit allt högre kostnader för UR. Den årliga medelsuppräkningsen om två procent har inte motsvarat stigande utgifter, löneutvecklingen och nödvändiga investeringar som bolaget har haft. UR har därför under 2025 tvingats genomföra besparingar som inkluderat personalnedskärningar och fler väntar under 2026.

Under 2026 behöver UR göra nödvändiga investeringar för att utveckla distributionen över internet för att höja kvaliteten på och tillgängligheten till de digitala tjänsterna och säkra att UR finns på relevanta enheter för samtliga målgrupper. Den nya uppdragsperioden med ett teknikneutralt uppdrag skärper kraven på programbolagens arbete med säkerhet även för distribution av innehåll via internet, vilket kommer att kräva resurser. Vad kost-

naderna för utveckling av olika AI-tillämpningar som UR står inför är oklart, men säkert är att UR inte kan avstå att följa utvecklingen. Under de senaste åren har även kostnaderna för säkerhet och beredskap ökat och med ett förtydligat och utökat beredskapsuppdrag från och med 1 januari 2026 väntas kostnaderna öka ytterligare. Sammantaget står UR inför en rad nödvändiga investeringar för att upprätthålla och utveckla verksamheten och i nuläget finns inga garantier för att dessa inte kommer att påverka programverksamheten negativt.

Förtroende för innehållet

I detta snabbföränderliga medielandskap fyller public service-bolagen en viktig demokratisk roll genom att erbjuda opartiskt och sakligt innehåll till allmänheten, både i marknätet och på digitala plattformar.

En avgörande förutsättning för att kunna fylla den rollen är att publiken har förtroende för public service och dess innehåll. Och förtroendet för public service är högt och stabilt vilket syns bland annat i de återkommande SOM-undersökningarna. Det syns också i de årliga attitydundersökningar som utförs på UR:s uppdrag. Förtroendet för UR hos lärare, den målgrupp som har störst kännedom om UR:s utbud, är mycket högt. I den senaste undersökningen som Demoskop utfört på uppdrag av UR ansåg hela 94 procent av de tillfrågade lärarna

att UR:s utbud är trovärdigt, 85 procent att utbudet är användbart och 88 procent att det är relevant. Grunden till användarnas förtroende för programverksamheten är att den utövas opartiskt och sakligt och utgår från en vidsträckt yttrande- och informationsfrihet samt att UR erbjuder ett innehåll som är relevant och uppskattat.

Det höga förtroendet manifesteras även i en ökad användning av UR:s programutbud. Under 2025 har användningen av UR:s programutbud ökat med drygt 10 procent på UR Play och med 22 procent på externa plattformar.

UR:s särart, att kombinera journalistik med pedagogik och med fullt fokus på kunskapshöjande innehåll, bidrar till svensk mediemångfald och utbudet bidrar till såväl individuell som samhällsnytta.

1.3 UR:s mål och strategier

UR har ett tydligt kunskapsuppdrag som vilar på utbildning och folkbildning, riktat till hela befolkningen. UR gör program som riktar sig både till en bred allmänhet, till elever inom grund- och gymnasieskola, till föräldrar, till seniorer, liksom program som riktar sig till mindre målgrupper som till exempel nationella minoriteter, personer med funktionsnedsättningar/-variationer eller elever inom anpassade skolformer. Oavsett målgrupp står alltid kunskapsinhämtning i centrum.

UR har antagit en övergripande strategi med visionen *Kunskap för livet* som vilar på tre principer:

UR ska stärka samhället och skolan – genom ett kunskapsrikt utbud som motverkar kunskapsklyftor, både i och utanför skolan, stärker demokratin samt bidrar till att lösa samhällsutmaningar.

... med berörande journalistik och effektiv pedagogik – där utbildnings- och folkbildningsprogram utgår från identifierade kunskapsbehov, för de många och de få.

... där användarna finns. – i sändningar i marknätet och digitalt huvudsakligen på UR Play, men för att de målgrupper som är svåra att nå på de egna plattformarna även på externa plattformar.

Kunskapsvision

UR:s vision är att bidra till kunskap för livet.

Genom att producera, sända och tillgängliggöra program som stärker och ger kunskap, som bildar och lär ut, bidrar UR till det livslånga lärandet och individens möjlighet att ta aktiv del av samhället.

Programutbudet ska tillföra värde för användarna i form av ökad förståelse, kunskap och bildning. UR har utvecklat en metod för att mäta effekt på lärandet med syftet att uppskatta hur användbart ett program är utifrån ett lärandeperspektiv, vilket redovisas i kapitel 2.7 Mått för lärandeeffekt.

Dessutom undersöker UR årligen användarnas

attityder utifrån tre definierade områden: värde för samhället och individen, utbudets bidrag till lärande samt förtroende och relevans (se kapitel 2) med vartdera ett till två strategiska mål för tillståndsperioden.

UR:s unika röst

UR:s programproduktion bygger på en kombination av journalistik och pedagogiskt berättande vilket gör UR till en unik medieaktör. Programutbudet ska bidra till ökad förståelse, kunskap och bildning oavsett ålder, förutsättningar och utbildningsnivå. Därför utgår UR alltid från användarnas behov och verklighet och för en kontinuerlig dialog med målgrupperna. Dels för att deras synpunkter bidrar till att utveckla programverksamheten, dels för att se till att programmen är relevanta och blir använda.

UR:s program ska ha effekt över tid och inte bara vid själva sändningen/publiceringen. För att programmen ska kunna göra skillnad i människors lärande krävs bland annat att de är användbara inom utbildningen. Därför behöver programmen till exempel ha en hållbarhet som är längre än ett nyhets- eller aktualitetsprogram. Det betyder i sin tur att UR producerar program som är relevanta och användbara under en lång tid, vilket ger UR en rik programs katt. I december 2025 fanns cirka 21 500 program tillgängliga på UR Play och cirka 23 300 i UR:s slutna nätverk (UR Access) för utbildningsväsendet. Att programmen upplevs som relevanta och hållbara flera år efter första gången de sändes/publicerades avspeglas i att 80 procent av alla strömstarter under året utgjordes av program som publicerades innan 2025. •

I Försvaret av Sverige (gymnasium) förklaras vad säkerhetspolitik egentligen är, varför Sverige har gått med i Nato och hur totalförsvaret fungerar.



FOTO: PANNRUMMET/FLX

I Budapest utforskar Joanna Lumley stadens judiska arv och på den ungerska slätten får hon en uppvisning av traditionella cowboys, ciskós. Därefter fortsätter färden i **Joanna Lumleys äventyr längs Donau** (folkbildning) till Transylvanien i Draculas spår.



Villkor som kapitel 2 svarar på:

- Sändningstillstånd 7–8, 14 §§
- Medelsvillkor 20–21
- Läs mer i bilaga 9.5 Sändningsvillkor för UR och 9.6 Medelsvillkor för UR

Värdet av UR

UR bidrar med värde för såväl samhället som individen genom ett programutbud som stärker kunskap och bildning för barn, unga och vuxna. Under 2025 har användningen av UR:s programutbud på UR Play ökat med drygt 10 procent. Kunskapsutbudet uppfattas som trovärdigt, relevant och användbart – och det bidrar till lärande.

Liksom många andra medieaktörer befinner sig UR i en utmanande förflyttning från broadcast till online. Ett tydligt krav från användarna är att programmen ska vara tillgängliga för dem när de väljer att titta eller lyssna. Det ställer krav på tillgänglighet både vad gäller hur länge ett program är tillgängligt liksom hur lätt det är att hitta. Allt eftersom tekniken utvecklas och UR:s utbud tillgängliggörs på nya plattformar ökar komplexiteten i att följa användningen. Samtidigt öppnas nya möjligheter till att lära känna användarna genom den dialog som UR kan ha med dem via videodelningsplattformar och olika sociala medier – en dialog som ger viktig återkoppling kring programutbudet och bidrar till utvecklingen av nya program.

Utöver sändning tillgängliggörs UR:s program på UR Play och via det slutna nätverket UR Access. Det är på dessa digitala plattformar som den huvudsakliga användningen av program sker.

Möjligheten till en flexibel och långsiktig användning skapar en unik bredd i utbudet och gör att användarna kan ta del av program som sänts för flera år sedan, men som fortfarande är relevanta. Under 2025 tillhörde *Bokstavsbissen* (från 2018) och *Livet i Bokstavslandet* (från 2013) UR:s populäraste serier och är exempel på program med lång hållbarhet – de fortsätter att ha stor användning många år efter att de först publicerades.

Via Mediamätning i Skandinavien AB (MMS) och Kantar Sifo följer UR tittandet och lyssnandet på UR-program på tv, i radio och på webben. Användningen på UR:s digitala plattformar och via mediecentralerna följs också upp internt via bland annat Google analytics.

Det räcker emellertid inte med att mäta hur många som har tagit del av UR:s program för att avgöra hur UR lyckas skapa effekt. Därför kompletteras användarmätningarna med andra undersökningar som exempelvis UR:s årliga attitydundersökning bland lärare och allmänhet. Utbudet behöver både nå fram till och upplevas som relevant för målgrupperna för att kunna göra skillnad i människors lärande.

Attitydundersökning bland användarna

UR utför årligen en attitydundersökning kring UR:s mål. I undersökningen, som utförs av Demoskop, mäts även kännedom om och användning av UR:s utbud. Ambitionen är att användarnas attityder under perioden ska utvecklas så att målen har uppnåtts vid utgången av 2025.

Efter slumpmässigt urval intervjuas fyra grupper i undersökningen: lärare i alla stadier (förskola, åk F–3, åk 4–6, åk 7–9, gymnasium, folkhögskola/studieförbund, anpassade skolformer och sfi – svenska för invandrare), allmänheten från 16 år och uppåt, föräldrar med hemmavarande barn 0–17 år, samt barn 6–15 år. ►

2. Värdet av UR

Under november och december 2025 genomfördes telefonintervjuer med drygt 1 300 lärare, 200 inom varje stadium från förskola till och med gymnasiet och 100 inom varje övrig utbildningsform. Allmänheten intervjuades via en webbpanel och totalt genomfördes 2 036 intervjuer varav extrafrågor har ställts till 572 föräldrar med barn 0–17 år. Även 337 barn mellan 6 och 15 år har intervjuats.

2.1 Värde för samhället och individen

UR har som mål att sex av tio bland allmänheten ska anse att UR har ett stort värde för samhället. I årets undersökning anser 59 procent detta och bland

"UR har som mål att sex av tio bland allmänheten ska anse att UR har ett stort värde för samhället."

föräldrar är andelen 60 procent. Målet är därmed uppnått. Bland lärarna anser 71 procent att UR har ett högt samhällsvärde (se diagram 2.1.1) och 52 procent att UR har ett stort personligt värde. Bland allmänheten upplever 32 procent att UR har ett stort personligt värde.

Vidare anser 69 procent av lärarna att UR har ett stort eller mycket stort värde för dem i deras

yrkesroll. Här finns en del skillnader då lärare inom årskurs F–3, anpassade skolformer och sfi i högre grad anser att UR har ett stort värde för dem i deras yrkesroll, jämfört med övriga lärargrupper.

Rekommendationsviljan bland användarna är stor. Målet att 88 procent av lärarna som använt sig av UR:s utbud kan tänka sig att rekommendera UR:s utbud till kollegor är uppnått (se diagram 2.1.2).

Bland allmänheten kan 70 procent av dem som har sett eller hört ett program från UR tänka sig att rekommendera UR till vänner och/eller kollegor.

2.2 Kunskapsuppdraget bidrar till lärande

UR har som mål att 67 procent bland allmänheten ska uppleva att UR:s utbud bidrar till lärande (se diagram 2.2.1). 58 procent av allmänheten och 89 procent av lärarna anser detta. UR satte under 2024 upp ett nytt mål: 77 procent av lärare som sett eller hört ett program från UR ska anse att UR bidrar i deras undervisning, vilket 70 procent av lärarna i årets mätning anser. 88 procent av lärarna anser dessutom att UR:s program är pedagogiska. Utöver detta så anser 88 procent av lärarna att UR:s program håller hög kvalitet.

Från och med 2022 ställer UR även frågan om man anser att UR uppfyller sitt särskilda kunskapsuppdag. Bland allmänheten anser 55 procent att UR uppfyller detta bra eller mycket bra, bland lärare ligger andelen på 89 procent och bland lärare inom årskurs F–3 är andelen 93 procent.

Diagram 2.1.1

Andel av lärare och allmänhet som anser att UR har ett mycket eller ganska stort värde för samhället i stort (procent)

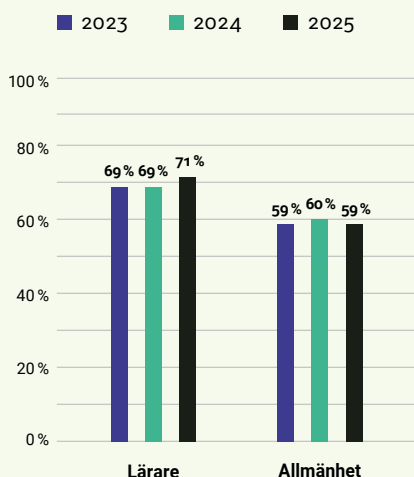


Diagram 2.1.2

Andel av lärare och allmänhet som kan tänka sig att rekommendera UR:s utbud till kollegor/vänner

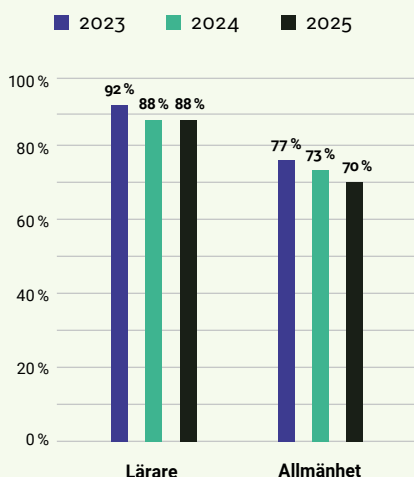


Diagram 2.2.1

Andel som upplever att UR:s utbud bidrar till lärande (procent)

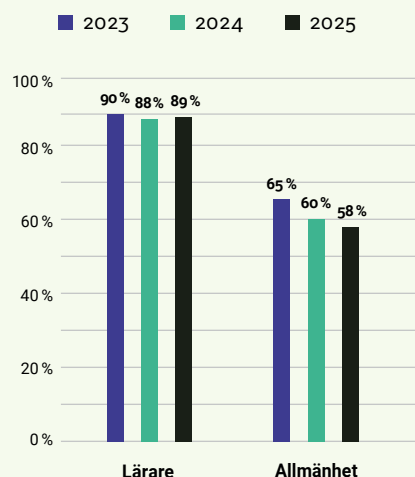
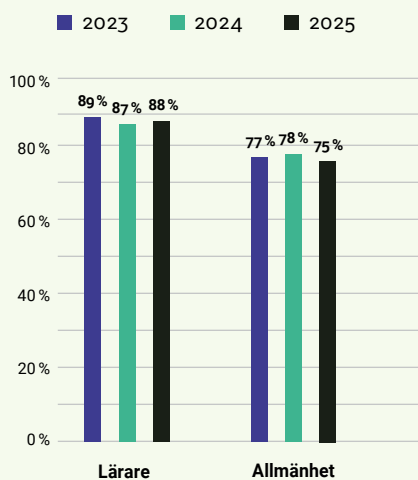




FOTO: TOMMY JANSSON

Diagram 2.3.1

Andel av lärare och allmänhet som anser att UR:s utbud är relevant (procent)



2.3 Förtroende, relevans och användbarhet

UR:s legitimitet bygger på att användarna anser att programutbudet är trovärdigt, relevant och användbart. 94 procent av lärarna som använder UR anser att UR:s utbud är trovärdigt, 88 procent att det är relevant och 85 procent att det är användbart. Av dem i allmänheten som sett eller hört något från UR det senaste året anser 81 procent att UR:s utbud är trovärdigt och 75 procent att det är relevant. Bland föräldrar är andelen högre då 79 procent anser att UR:s utbud är relevant och 83 procent av föräldrarna anser att utbudet är trovärdigt. Därmed är målet, att åtta av tio i allmänheten som använder UR ska anse att UR:s utbud är relevant, delvis uppnått (se diagram 2.3.1).

Kännedomen om UR är fortsatt mycket hög. 99 procent av alla lärare har hört talas om UR och 82 procent har god kännedom om UR. Bland lärare i årskurserna F-3 är andelen som har god kännedom om UR hela 90 procent och bland lärare inom sfi är andelen 93 procent. I allmänheten har i stort sett alla, 96 procent, hört talas ►

När 6-åriga Bella vill höra en saga trollar hon fram en vuxen som kan läsa för henne. Gloria läser *Vi är lajon i Lässugen* (åk F-4).

2. Värdet av UR

om UR och 77 procent känner igen UR:s logotyp. Andelen som har god kännedom om UR bland allmänheten är 30 procent, bland föräldrar med barn 0–17 år är andelen något högre, 33 procent.

Positiv inställning till UR

63 procent av allmänheten och 94 procent av lärarna har en positiv inställning till UR.

UR har som mål att 40 procent bland allmänheten ska ha sett eller hört något program från UR det senaste året (se diagram 2.3.2). Målet är nästan uppnått då 36 procent bland allmänheten uppger att de sett eller hört något program från UR det senaste året (bland föräldrar med barn 0–17 år är andelen 38 procent) och bland lärare är andelen 83 procent.

Utöver de frågor som ställs till allmänheten får föräldrar några extra frågor. 56 procent av föräldrarna svarar att de någon gång uppmuntrar sitt/sina barn att titta eller lyssna på program från UR. 43 procent uppger också att deras barn har tittat eller lyssnat på något program från UR det senaste året. Andelen föräldrar som upplever att UR:s program bidrar i deras barns lärande uppgår till 60 procent.

Hos barn är kännedomen om UR hög, 58 procent har hört talas om UR och hela 69 procent känner igen UR:s logotyp. 57 procent minns att de sett något program från UR och 29 procent att de hört något program från UR.

UR har som mål att 70 procent av användarna ska anse att UR bidrar till ökad kunskap om källkritik och desinformation (se diagram 2.3.3). 67 procent

anser detta och därmed är målet nästintill uppnått. Bland föräldrar är andelen 64 procent och bland lärare som använder UR är andelen 65 procent.

Slutsatser

Resultaten från den årliga attitydundersökningen avspeglar en positiv uppfattning om UR och utbudet. Kännedomen om UR är fortsatt mycket hög både bland allmänheten och bland lärare. Det är väldigt få som inte känner till UR. Likaså anser en överväldigande majoritet av såväl lärare (94 procent) och allmänhet (81 procent) som har sett eller hört något program från UR att utbudet är trovärdigt.

Uppfattningen om UR:s värde skiljer sig åt mellan lärare och allmänhet på en rad punkter. En del av förklaringen till allmänhetens lägre skattningar beror rimligen på att en lägre andel av allmänheten jämfört med lärargruppen tar del av UR:s utbud. En annan förklaring är att tittare och lyssnare som tar del av UR:s utbud i SVT:s och Sveriges Radios kanaler har svårt att identifiera det som program från UR eftersom UR inte har egna marksända kanaler.

Majoriteten av såväl lärare som allmänheten är positivt inställda till UR, andelen som kan tänka sig att rekommendera UR:s utbud till kollegor/vänner är hög liksom andelen som anser att UR:s utbud bidrar till lärande. Den senaste attitydundersökningen visar att UR når nästintill alla uppsatta mål. Resultatet från attitydundersökningen visar också att förtroendet för UR är högt och bekräftar att UR har ett relevant programutbud

Diagram 2.3.2

Andel av lärare och allmänhet som har sett eller hört något program från UR det senaste året (procent)

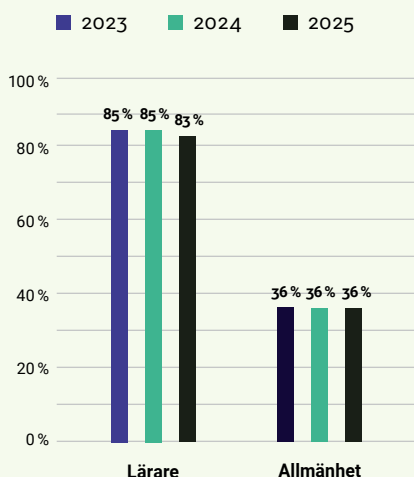
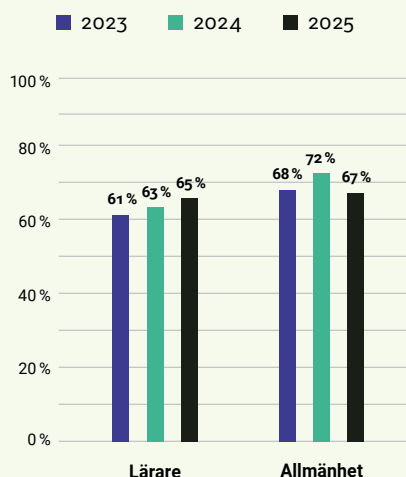


Diagram 2.3.3

Andel av lärare och allmänhet som anser att UR:s utbud bidrar till ökad kunskap om källkritik och desinformation (procent)





BILDEN ÄR AI-GENERERAD

som bidrar till lärande vilket även bekräftas genom att användningen av UR:s programutbud fortsätter att öka.

2.4 Här finns användarna

Allt UR sänder i radio och tv publiceras även på UR:s digitala plattformar vilket gör det möjligt för användarna att välja hur och när de vill ta del av programmen. Användarnas beteenden förändras och olika grupper konsumerar medier på olika sätt. Genom att följa och förstå användarnas beteenden kan utbudet tillgängliggöras där användarna finns och anpassas efter respektive plattform. Yngre personer använder oftare mobilen som mediaspelare och sociala medier som källa medan äldre i högre grad använder traditionell radio eller tv för mediekonsumtion.

Enligt UR:s årliga attitydundersökning använder 80 procent av lärarna radio- och/eller tv-program i undervisningen varje månad och andelen årliga användare är 93 procent. 64 procent av lärarna använder program från UR i sin undervisning varje månad och 88 procent gör det årligen. Därmed är målet att 90 procent av lärarna ska ha använt program från UR i undervisningen det senaste året nästintill uppnått. De lärare som använder UR:s program i störst utsträckning är lärare i årskurserna F-3 (97 procent), följt av lärare i anpassade skolformer (96 procent), årskurserna 4-6 (93 procent) och 7-9 (91 procent).

UR:s användare

Även UR:s egen webbundersökning visar att lärare utgör en stor del av användarna på UR Play.

Undersökningen genomfördes på både UR Play webb och app under hösten 2025 och visar att lärare utgör drygt hälften av besökarna på UR Play webb och elever utgör 30 procent. UR Play app används i högre utsträckning av allmänheten som utgör 63 procent av alla besökare, varav gruppen seniorer utgör en fjärdedel.

Undersökningen visar att 70 procent av lärarna använder UR Play minst någon gång per vecka. Besöken på UR Play av elever och lärare sker huvudsakligen under skoldagen medan besöken från allmänheten är vanligare under kvällstid. Detta bekräftas av vilket slags innehåll som används vid olika tidpunkter under dygnet.

Av lärarna besöker samtliga UR Play i sin yrkesroll. 89 procent av lärarna upplever att det är enkelt att hitta det de vill använda vilket även 63 procent av eleverna anser.

I UR:s årliga attitydundersökning är nöjdheten och viljan att rekommendera utbudet högre bland dem som använder UR ofta än bland sällan- eller icke-användarna. Detta återspeglas också i UR:s webbenkät där de som svarar generellt uppger en hög nöjdhet. 90 procent av lärarna uppger att de är nöjda med UR Play och cirka 80 procent av eleverna liksom allmänheten.

Delar av videoinnehåll från UR återfinns också på Youtube i sex olika kanaler (läs mer i kapitel 2.7 samt 4.4). Även UR:s radioprogram har under de senaste åren gjorts tillgängliga via allt fler plattformar, exempelvis Apple podcaster och Spotify. Distribution via externa plattformar gör att användare som UR annars har svårt att nå kan ta del av UR:s program- ►

Överlevare mot alla odds (folkbildning) handlar om vetenskapen bakom människans förmåga att hantera det otänkbara. Genom sanna berättelser om extrema olyckor, katastrofer och mirakulösa överlevnader väcks frågor om kroppens gränser och hjärnans funktioner. Hur är det till exempel möjligt att överleva en atombomb?

utbud digitalt. UR når genom riktade satsningar även den yngsta publiken. Det sker bland annat via förskoleappen *Tripp, Trapp, Träd*.

2.5 Lyssnande

UR sänder program i Sveriges Radios rikstäckande radiokanaler: P1, P2 och P4. Radiolyssnandet mäts av Kantar Sifo. Flest lyssnare har UR:s program som sänds i P4. Under året nådde de folkbildande programserierna *Studio 65-podden*, *Hjärta och hjärna* och *Fatta familjen* liksom *Vitsippor och pissrättor* (åk F-3) i genomsnitt mellan 285 000–750 000 lyssnare i radio per avsnitt.

Störst publik i P1 under 2025 hade serien *Leifbys läsresa* (233 000) och *Överlevare – mot alla odds* (242 000).

Sedan 2014 har användningen av UR:s radio-program på UR Play ökat i stort sett varje år sett till antalet strömstarter och under 2025 med 20 procent jämfört med föregående år.

En strömstart säger inte hur stor del av programmet lyssnaren (eller tittaren) har tagit del av och går därför inte helt att jämföra med lyssnarsiffror för sändning i marknätet. Antalet strömstarter indikerar

"Sedan 2014 har användningen av UR:s radioprogram på UR Play ökat i stort sett varje år, och under 2025 med 20 procent jämfört med föregående år."

däremot hur stort intresset för ett visst program är, men det är svårt att utifrån dessa utläsa hur många som har tagit del av programmet, framför allt i en utbildningskontext. Det kan till exempel vara en hel skolklass på 15–30 elever som lyssnat tillsammans på en uppspelning, vilket innebär att antalet lyssnare kan vara betydligt större än vad antalet strömstarter indikerar.

I förskolan är det populärt med sagor och innehåll för avslappning och vila. Två av de mest använda radioserierna på UR Play under 2025 var *Småsagor* (förskola) och *Slappis* (förskola). Dramatiserade uppläsningar som *Spökbyrå – fallet med den rysliga skuggan* (åk F-3) och *Nattkorpen* (åk 4–6) är väl använda serier och när nya tillkommer, som *Influencerbarnet* (åk 7–9), bidrar de till ökad användning av det befintliga radioutbudet. Några av de mest populära radioprogrammen på UR Play är de återkommande

nyhetsprogrammen på moderna språk för årskurs 7–9: *Newsreel*, *Nouvelles en français facile*, *¿Qué pasa? fácil*, och *Nachrichten auf Deutsch leicht*. Dessa spelas främst upp på dagtid och det är därför mest troligt att uppspelningarna sker i samband med undervisning då antalet lyssnare kan vara uppåt 30 per uppspelning.

UR:s program som sänds i Sveriges Radios kanaler finns också tillgängliga på Sveriges Radio Play (SR Play) under 30 dagar från publicering vilket ger ytterligare ökad användning av UR:s radioutbud. Under 2025 har användningen av UR:s program på SR Play ökat med 21 procent.

UR publicerar också visst innehåll på ljudtjänster som Spotify och Apple podcaster. Även här har användningen av utbudet ökat under 2025. Räknet i antal strömstarter ökade användningen via Podcaster och Spotify med 11 procent. Framför allt är det de folkbildande radioprogrammen som sänds i P1 och P4 – såsom *Fatta familjen*, *Hjärta och hjärna* och *Bildningsbyrå – tänka mot strömmen* – som får ett tillskott av användning via dessa tjänster.

UR:s radioprogram finns dessutom tillgängliga för användning via UR Access där all användning sker i utbildningssammanhang. Här används äldre program i högre utsträckning än på UR Play.

2.6 Tittande

UR:s programutbud sänds i SVT1, SVT2, SVT Barn, SVT24 och Kunskapskanalen. Då UR återfinns i SVT:s kanaler samt Kunskapskanalen följer tittarmönstret ofta kanalens publik i stort. Det innebär också att variationen är stor för publik-siffrorna på UR:s produktioner beroende på kanal och sändningstid. UR:s publiksiffror i marknätet sträcker sig från en notering på över 346 000 tittare på ett program, till ett par tusen på ett annat. Tittarsiffror under 20 000 är inte statistiskt säkerställda. Under 2025 minskade tittningen på UR:s program i marknätet totalt sett mätt i tittartid för UR:s produktioner med 17 procent.

Tv-tittarvanorna har förändrats under de senaste åren med ökat tittande via on demand-tjänster och minskat tittande på linjär-tv. Enligt MMS, som mäter tv-konsumtionen i Sverige, har den genomsnittliga tittartiden per dygn för marksänd tv under 2025 sjunkit med cirka 6 procent, eller från 98 till 92 minuter, jämfört med 2024. Användningen för onlinevideo har tagit ytterligare fart under 2025 och har preliminärt ökat med 20 procent jämfört med 2024 enligt MMS mätningar. Målgrupperna mellan 3–24 år har i allt högre grad, och snabbare än övriga målgrupper, ersatt tv-tittandet i marknätet med strömmat innehåll och har den lägsta tittartiden på linjär-tv.

Även om de största sociala medieplattformarna bland barn och unga fortsatt är Youtube, Snapchat, Instagram, Tiktok och Facebook så minskar



FOTO: STINA GULLANDER

användningen av sociala medier något bland barn på lågstadiet. 91 procent jämfört med 96 procent 2024 bland lågstadieelever uppger att de använt sociala medier under året. (Källa: *Svenskarna och internet 2025*).

Även den dagliga användningen har sjunkit. 86 procent av barn och ungdomar i åldern 8–19 år använde dagligen sociala nätverksplatser eller sociala medier under 2025, vilket är den lägst uppmätta andelen sedan 2021. Och det är framför allt barn i lågstadiet som minskat användningen.

Youtube är den kanal som fortsätter att dominera hos den yngre publiken, även om den dagliga användningen minskat något från föregående år. 45 procent av lågstadiebarnen är dagliga användare av Youtube och bland barn i mellanstadiet är andelen 57 procent (Källa: *Svenskarna och internet 2025*).

UR har sex Youtubekanaler, bland annat *Hej Sverige* för nyanlända, *Orka plugga* (åk 7–9, gymnasium) för elever som behöver studietips, *Tänk till* som vänder sig till unga utanför ett skolsammanhang och *UR Teckenspråk* för teckenspråkstalande samt *UR Barn*. Antalet prenumeranter för samtliga sex kanaler har under 2025 ökat och för fyra av kanalerna har antalet visningar ökat, till exempel *Hej Sverige* som mer än fördubblat visningarna och *Orka plugga* som ökat med 48 procent.

Den digitala användningen ökar

Under de två år som det rådde pandemi ökade användningen av UR:s program kraftigt, delvis på grund av att många elever bedrev studier hemifrån. Trots att undervisningen återgått till skolorna sedan början av 2022 har användningen av UR-program fortsatt att öka, även under 2025.

Sett till UR:s tv-program uppgick antal strömmarter på UR Play under 2025 till sammanlagt drygt 34 miljoner vilket är en ökning med 10 procent jämfört med 2024 (MMS). Störst användning på UR Play har program riktade till yngre barn.

En förklaring till den ökade konsumtionen av rörlig bild på UR:s plattformar är att UR gjort tydliga satsningar mot specifika målgrupper och deras behov vilket i många fall har slagit väl ut och syns bland annat i användningen av programmen. *Doktor Samuel* (förskola), *Nyhetskoll – veckan* (åk 7–9) och *Mitt nya land* (sf) är tre exempel på lyckade satsningar som bidragit till att användningen av UR:s program fortsatt att öka under 2025.

UR har också en större katalog med tv-program tillgänglig via UR Access. Förutom att nya titlar tillkommer i programbanken finns där flera äldre program med en stabil användning. *Fatta fakta* (åk 7–9) och *Historiepolis* (åk 4–6) är exempel på titlar, inte längre tillgängliga på UR Play, som används på UR Access. ►

Är det vi tror sant, falskt eller mitt emellan? I åttonde säsongen av **Hjärta och hjärna** (folkbildning) prövar skådespelaren Mia Skäringer och programledaren och psykologen Jenny Jägerfeld hur myter och föreställningar står sig mot vetenskapen.

2.7 Mått på lärandeeffekt

Sedan 2017 har UR arbetat med ett mått för att beskriva programmens lärandeeffekt. Måttet är inte tänkt att aggregeras och användas på företagsnivå utan för att driva utveckling och kvalitet i enskilda produktioner.

UR har tidigare kombinerat två kriterier för måttet: användning och lärande utifrån resonemanget att enbart hög användning eller högt betyg som tar fasta på kvaliteten inte räcker för att påvisa en effekt. Men genom att kombinera en kvalitativ betygssättning med användningen kan man få fram ett programs effekt på lärandet.

Metoden har dock visat sig problematisk. Program med ett specifikt innehåll som vänder sig till en mindre målgrupp (anpassad skola, nationella minoriteter med flera) får ett sämre mått på lärandeeffekt då en mindre publik tar del av programmen. Detta trots att användningen inom den specifika målgruppen är hög och programmen får höga lärandebetyg. Därför fokuserar UR på betygen som ett mått på programmens lärandeeffekt.

Användning

Användningen är dock fortfarande viktig som en parameter av flera för att utvärdera om UR:s program har effekt på lärandet. Användningen av programmen i 2025 års utvärdering mäts därför genom strömstartar på UR:s digitala plattformar, SVT Play, SR Play samt Youtube.

UR mäter sedan 2020 inte användning via sändningar i marknätet för att få fram lärandeeffekt. UR är en digital kanal och de flesta av UR:s program används på de digitala plattformarna långt efter att de har sänts i Sveriges Radios och SVT:s kanaler eller

i Kunskapskanalen. Genom att släppa användningen via sändningar i marknätet kan även program som publiceras exklusivt på webben, som till exempel *Extremmatte* (åk4–6), mätas liksom tidigare års programproduktioner. På så vis blir måttet mer flexibelt.

Lärande

Lärande har mätts genom en kvalitativ webbenkät där lärare, elever och allmänheten har besvarat fyra frågor med avseende på lärandeeffekt. Frågorna besvaras enligt en 5-gradig skala där 5 är högsta betyg. Enkäten har besvarats av lärare som använt programmet i sin undervisning, elever (från och med årskurs 4) eller allmänheten som har tagit del av programmet. Betygen i tabell 2.7.1 är en sammanvägning av alla svar. I några fall saknas betygssättning från elever då väldigt få har svarat. Överlag noterar UR att allt färre svarar på webbenkäter, så även denna. Flera programserier har därför fått tas bort ur årets mätning då alltför få svar har kommit in. Av 21 programserier som ingick i enkäten har sju haft så få svar att dessa inte kan redovisas.

Lärandeeffekt 2025

Under 2025 utvärderas sammanlagt 14 programserier som publicerats under året (se tabell 2.7.1). Medelvärde för lärandebetyget är relativt högt för de produktioner som utvärderats under 2025. Majoriteten av programserierna får av lärarna en fyra eller högre i genomsnittsbetyg på en femgradig skala där fem är högsta värde.

Lärarna har även fått svara på om de har använt programmet vid en gemensam uppspelning i klassrummet eller om eleverna har tagit del av programmet enskilt. Av svaren framgår att programmen i de

Tabell 2.7.1 Mått på lärandeeffekt

Titel	Målgrupp	Lärandebetyg lärare	Lärandebetyg elever/ allmänhet	Antal strömstartar	Klassrumsvisning av lärare
Humlan Djoj	Förskola	5,0		2 021 626	100 %
Räkna med Djuren på Djuris	Förskola	4,5		1 481 713	100 %
Lokes hemlighet	Åk F-3	4,7		726 450	90 %
Skärmtid med Tyra och Tom	Åk F-3	4,4		71 324	100 %
Spökbyrån	Åk F-3	4,1		156 060	100 %
Extremmatte	Åk 4-6	4,5	3,9	86 576	86 %
Newsreel easy	Åk 4-6	3,9	3,7	60 348	85 %
Vilken historia!	Åk 4-6	4,1	4,2	332 596	100 %
Genom mina ögon	Åk 7-9	4,8	4,2	83 331	100 %
Newsreel	Åk 7-9	4,4	3,6	60 306	89 %
Nyhetskoll	Åk 7-9	4,4	4,0	198 476	97 %
Newsreel World	Gymnasiet	4,3	4,1	14 479	93 %
Mitt nya land	SFI	4,4	4,5	327 361	100 %
Snacka om språk	Allmän folkbildning	4,4		120 843	67 %



FOTO: CARL PAASKE

allra flesta fall har använts vid gemensam tittning/lyssning i klassrummet. Det innebär att antal användare är betydligt högre än vad antalet strömstarter avspeglar då mellan 15–30 elever kan delta vid en och samma uppspelning i ett klassrum.

Eleverna ger generellt något lägre betyg jämfört med lärarna vad gäller hur mycket de lär sig av

"Snittbetyget från lärare i årets mätning är 4,4, vilket är det högsta betyget under tillståndsperioden 2020–2025."

programmen. Å andra sidan är eleverna mer benägna än lärarna att rekommendera programmen till någon de känner. Och på frågan om de kommer att se fler episoder i samma programserie uppger eleverna ett högre värde än för vad de anser att de lärt sig.

Lärdomar

Den kvalitativa betygsättningen ger relativt höga betyg för program med både stor och liten publik. Snittbetyget från lärare i årets mätning är 4,4, vilket är det högsta betyget under tillståndsperioden 2020–2025 och från elever 3,5. Det finns också en korrelation mellan höga betyg och hög användning

för de allra flesta program vilket har syns även i tidigare års mätningar.

Strömstarter berättar inte hur många enskilda individer som tagit del av ett program, men ger en fingervisning om hur hög användningen är. Det saknas fortfarande tillförlitligt dataunderlag för hur många enskilda individer som faktiskt har nåtts av ett enskilt program digitalt för att kunna applicera ett generaliserbart mått på en population. Detta är extra kännbart för UR eftersom exempelvis klassrumsvisningar inte registreras, vilket försvårar möjligheten att uppskatta hur många som faktiskt har tagit del av ett program vid ett och samma uppspelningstillfälle. Utvärderingen visar dock att gemensam visning i klassrum är det absolut vanligaste sättet för lärare att använda UR:s program i sin undervisning vilket gör att det är betydligt fler som tar del av innehållet än vad antalet strömstarter indikerar. Det, i kombination med lärarnas generellt höga betyg, visar på en hög lärandeeffekt.

Användningen är inte oviktig för att utvärdera ett programs effekt på lärande, men olika typer av program används på olika sätt och av olika målgrupper med skiftande behov. Det gör att användningen inte nödvändigtvis korrelerar till det lärandebetyg ett program får. Den kvalitativa betygsättningen kan utvisa i vilken utsträckning användarna anser att programmet har en lärandeeffekt och användningen verkar i vissa fall bekräfta betyget, men inte då det gäller program med ett innehåll riktat till en liten målgrupp med specifika behov. •

Kulturkvarten på romani (gymnasium) är en serie om romsk kultur och om personerna som förvaltar och inspirerar till att kulturen lever vidare. Salamanca Taikon Gonzales är dansare, skådespelerska och musiker och berättar om hur viktig dansen, teatern och konsten är för hennes romska identitet.

I Norden med Simon Reeve
(folkbildning) går resan genom
arktisk tundra, vidsträckta
skogar och mäktiga fjordar för
att undersöka hemligheterna
bakom världens lyckligaste och
mest jämlika samhällen.



Villkor som kapitel 3 svarar på:

- Sändningstillstånd 9, 12, 14–15 §§
- Medelsvillkor 11–12, 14–16, 19–20
- Läs mer i bilaga 9.5 Sändningsvillkor för UR och 9.6 Medelsvillkor för UR

Så arbetar UR

Användarnas behov står i fokus när UR utvecklar sitt programutbud. UR för därför en kontinuerlig dialog med olika målgrupper för att säkerställa att programmen är relevanta och användbara för att möta upp kunskapsbehov. Genom en unik kombination av oberoende journalistik och pedagogiskt berättande vill UR bidra med kunskap för livet.

3.1 Uppdrag och kvalitet

UR har ett särskilt utbildningsuppdrag; att producera och tillgängliggöra radio- och tv-program och därigenom förstärka, bredda och komplettera det andra gör inom utbildningsområdet och därutöver tillhandahålla ett utbud av folkbildande program. UR producerar därför ett programutbud med ett lärande och kunskapsrikt innehåll för många olika målgrupper.

UR:s program utmärks av pedagogiskt berättande, publicistiskt oberoende, hög trovärdighet och hög kvalitet både till form och innehåll. Syftet med programmen är att främja lust till lärande, delande av kunskap och skapa nytta för individen och samhället.

UR:s uppdrag för åren 2020–2025 är formulerat genom villkor i sändningstillståndet (se bilaga 9.5) som sätter ramarna för verksamheten. Utöver sändningstillståndet regleras verksamheten även av medelsvillkor med krav bland annat på hur verksamheten ska redovisas (se bilaga 9.6), samt tillgänglighetsbeslut med krav på hur programutbudet ska tillgängliggöras för personer med funktionsnedsättning. Dessutom regleras verksamheten även av radio- och tv-lagen samt av yttrandefrihetsgrundlagen.

UR-modellen

UR:s programutbud syftar till att göra skillnad i människors lärande oavsett ålder, förutsättningar

och utbildningsnivå. Programmen produceras för användare inom barn- och ungdomsutbildning, högskole- och annan vuxenutbildning, studieförbund och folkhögskolor samt för målgrupper i allmänheten. Utmärkande för ett UR-program är det lärande innehållet som i sin tur ställer särskilda krav på produktionsprocessen.

För att programutbudet ska bidra till ökat lärande krävs kunskap om målgruppernas specifika behov både vid val av ämne och i utformningen av det pedagogiska berättandet. Programproduktionen utgår därför från användarnas behov och styrdokument inom utbildningen samt bygger på vad forskningen i dag vet om pedagogik, kognition, begreppsbildning och inläring.

Utifrån omvärldsanalyser kring behov och användarmönster formuleras uppdrag till verksamheten för produktion, publicering och kommunikation. I UR:s uppdrag ingår att förstärka, bredda och komplettera det andra gör inom utbildningsområdet, vilket förutsätter en kontinuerlig bevakning av samt dialog och samverkan med utbildningssektorn. UR:s arbetssätt är unikt genom att UR har dialog med användare både innan, under och efter programproduktionen. Pedagoger, studenter, elever och förskolebarn deltar i tester, utvärderingar och referensgrupper kring programmen. Detta ökar förutsättningarna för att programutbudet utgår från ►

3. Så arbetar UR

Tabell 3.2.1 Radio – sändningsvolym fördelat på olika produktionsformer (timmar/år)

Produktionsform	2023	2024	2025
Egenproduktion	287	309	264
Samproduktion	2	2	2
– varav svenska	2	2	2
– varav utländska			
Produktionsutlägg	99	82	115
– varav svenska	99	82	115
– varav utländska			
Summa produktion	388	393	381
Förvärv	14	8	
– varav svenska	1	1	
– varav utländska	13	7	
Totalt	402	401	381

I sändningsvolymen ingår webbexklusiva publiceringar om 37,5 timmar varav 2,2 timmar är produktionsutlägg, 34,8 timmar är egenproduktion, 0,6 timmar är samproduktion,

Tabell 3.2.2 Tv – sändningsvolym fördelat på olika produktionsformer (timmar/år)

Produktionsform	2023	2024	2025
Egenproduktion	820	810	403
Samproduktion	66	48	46
– varav svenska	37	39	43
– varav utländska	29	9	3
Produktionsutlägg	287	305	312
– varav svenska	284	303	310
– varav utländska	3	2	2
Summa produktion	1 173	1 163	762
Förvärv	1 804	1 909	1 557
– varav svenska	53	26	15
– varav utländska	1 751	1 883	1542
Totalt	2 977	3 072	2 319

I sändningsvolymen ingår webbexklusiva publiceringar om 85,6 timmar varav 15,4 timmar är produktionsutlägg, 49,5 timmar är egenproduktion, 12,3 timmar är samproduktion, 2,4 timmar är svenska förvärv och 6,1 timmar är utländska förvärv.

Tabell 3.2.3 Kostnader 2023–2025 för utomstående medverkan och andra produktionssamarbeten (milj kr/år)

Kostnader (miljoner kronor)	2023	2024	2025
Medverkande	23,1	28,7	31,9
Programanställda*	33,2	30,0	30,5
Totalt	56,3	58,7	62,4
Andra slags produktionssamarbeten**	99,2	98,9	83,9
– Varav svenska	85,4	88,4	73,6
– Varav utländska	13,8	10,5	10,4
Totalt utomstående medverkan och produktionssamarbeten	155,5	157,6	146,3

* I tabell 3.2.3 anges UR:s kostnader för programanställda. Dessa kostnader redovisas här som en del i uppfyllandet av kravet om utomstående medverkan i programproduktionen.

** Här redovisas inte kostnader för upphovsrättsavtal, översättningsbolag, avtal om musikrättigheter, filmavtal etc.

användarnas behov och upplevs som relevant. Det är dock alltid UR som självständigt fattar de redaktionella samt publicistiska besluten.

UR:s sammantagna utbud ska komma till nytta både inom utbildningsområdet och samhället i stort. Merparten av programmen ska kunna användas under lång tid och därför är UR:s programproduktion inriktad på att tillgodose både nya och långsiktiga behov.

I UR:s planering fastställs vad som ska produceras och tillgängliggörs för de olika målgrupperna inom varje utbildningsområde. I samband med detta planeras även för lärarhandledningar som ger stöd och råd kring hur programmen kan användas i utbildningssammanhang. Allt för att programmen ska ha så stor effekt som möjligt på lärandet.

3.2 Variation i produktionsformer

UR ska verka för mångfald i programverksamheten genom en variation i produktionsformer vilka utgörs av egenproduktion, produktionsutlägg, samproduktioner och inköp (förvärv) samt genom att utomstående medverkar i programproduktionen. Detta bidrar till en variation och mångfald i uttryck som höjer kvaliteten på den samlade produktionen – vilket gynnar användarna.

Liksom tidigare år utgjordes huvuddelen av sändningar och publiceringar under 2025 i radio och tv av egenproduktion, produktionsutlägg och förvärv. Hur sändningsvolymen i radio respektive tv är fördelad på olika produktionsformer framgår av tabellerna 3.2.1 och 3.2.2.

Under 2025 har antalet produktionsutlägg för radio och tv varit på en något högre nivå än föregående år. Antalet samproduktioner för både radio och tv var på ungefär samma nivå som året innan.

Som utomstående medverkande räknar UR programanställda och arvoderade medverkande. Utomståendes medverkan i den egna produktionen berikar på flera sätt, till exempel genom specifik kompetens, ämneskunskap eller andra perspektiv.

Totalkostnaden för utomståendes medverkan och andra produktionssamarbeten har minskat något jämfört med 2024.

3.3 UR:s bidrag till en livskraftig produktionsmarknad

För UR är det väsentligt att medverka till att det finns en sektor med svenska, fristående produktionsbolag. UR arbetar därför systematiskt med såväl att träffa externa producenter som UR tidigare inte har samarbetat med, som att utveckla samarbetet med produktionsbolag som UR redan har etablerade kontakter med, över hela landet.

I dagsläget är de flesta produktionsbolag placerade i storstadsregionerna vilket försvårar möjligheterna att



FOTO: EVA EDSJÖ

lägga ut produktioner på externa bolag på andra orter. Produktionsbolag utanför storstadsregionerna är dessutom ofta inriktade på till exempel att producera företagsfilmer eller läromedel och många gånger är det enmansbolag vilket gör att de därför saknar den kompetens som krävs för att kunna producera programinnehåll för UR. Undantaget från detta är mindre produktionsbolag med kompetens kring de nationella minoriteterna. Inom utbudet för nationella minoritetsspråk har UR återkommande lagt ut beställningar på mindre produktionsbolag i norra Sverige.

Dessutom har UR vid ett flertal tillfällen lagt ut beställningar som innebär att till exempel fotografer eller bildproducenter på mindre produktionsbolag medverkat vid olika inspelningar runtom i landet.

Externa produktionsbolag

UR säkerställer i alla kontakter med externa produktionsbolag att det finns kunskap om de villkor som gäller för UR:s verksamhet, exempelvis krav på opartiskhet, oberoende, saklighet, spegling, mångfald och jämställdhet. UR ställer också krav på det pedagogiska berättandet och kopplingen till kurs- eller läroplaner i produktionen av utbildningsprogram.

UR har tydliga rutiner för beställning och inköp av externa produktioner liksom kriterier för hur inkommande programförslag värderas. Sedan ett par

år har UR också arrangerat bredare informationsmöten där UR beskriver sin verksamhet och särart. Vid dessa tillfällen bjuds produktionsbolag in, både de som UR ännu inte har etablerade samarbeten med liksom bolag som UR redan har samarbeten med.

UR bjuder även återkommande in till presentationsmöten med externa produktionsbolag för att både bolagen och UR ska kunna presentera sig och sin verksamhet vilket leder till större framförhållning för såväl produktionsbolagen som UR.

För att utvärdera arbetet och dialogen med produktionsbolagen skickar UR årligen ut en enkät till de bolag som har producerat programserier för UR. Syftet med enkäten är att få återkoppling från bolagen och identifiera eventuella förbättringsområden.

De krav som UR ställer och som måste uppfyllas för extern produktion finns formulerade i de avtal som UR upprättar med distributör eller produktionsbolag. Där finns kapitel som behandlar programregler med paragrafer om otillbörligt gynnande, saklighet och opartiskhet. Dessutom finns riktlinjer för rättighetshantering vid produktionsutläggningar och samproduktioner samt vid programinköp. UR sänder inte direkt sponsrade program, däremot kan det förekomma indirekt sponsring i inköpta program, helt i enlighet med villkoren i sändningstillståndet.

Nyhetskoll (åk 7–9, gymnasium) sammanfattar veckans viktigaste händelser men ger också ämnesfördjupningar – alltid med fokus på vad som intresserar unga.





I fjärde säsongen av **Seniorsurfarna** (folkhögskola/studieförbund) gräver deltagarna djupare i frågor som rör AI och digital säkerhet och de utmanas i att utveckla sina digitala färdigheter.

Exempel på program som producerats av externa produktionsbolag under 2025:

- *Allt om döden* (tv)
- *Bures Giellaoahppa* (tv)
- *Doktor Samuel* (tv)
- *Fatta familjen* (radio)
- *Försvaret av Sverige* (tv)
- *Grannar* (tv)
- *Hjärta och hjärna* (radio)
- *Leahs magiska glasögon* (tv)
- *Leifbys läsresa* (radio)
- *Min ångest och jag* (tv)
- *Nachrichten auf Deutsch* (radio)
- *Räkna med Djuren på Djuris* (tv)
- *Överlevare – mot alla odds* (radio)

När UR köper visningsrätter till exempelvis dokumentärer säkerställs villkoren i uppdraget och det redaktionella oberoendet även genom publicistisk kontroll. UR försäkrar sig om att programinnehållet förhåller sig till sändningstillståndet och att det inte finns någon aktör som på något sätt gynnas i programmet. Alla medarbetare som arbetar med beställning och inköp är utbildade i dessa frågor.

3.4 Publicistiskt ansvar och granskning av innehållet

UR försäkrar sig inför varje publicering om att programinnehållet följer villkoren i sändningstillstånd, tillgänglighetsbeslut, radio- och tv-lagen samt

ytterst även yttrandefrihetsgrundlagen, oavsett om programmen är producerade internt, av externa bolag eller om de är inköpta. Ansvarig utgivarskapet delas för närvarande mellan programchef och innehållschefer. Publicistiska beslut fattas löpande även av innehållschefer och projektledare och det förs en kontinuerlig diskussion i programprojekten kring publicistiska principer. Programskapande är en process där UR-medarbetare gör urval och avvägningar varje dag, i varje program och inför varje publicering, både för att försäkra sig om att programinnehållet följer uppställda villkor och andra riktlinjer samt håller en hög kvalitet till såväl innehåll som form. UR genomför därför kontinuerligt och vid behov internutbildning för medarbetare om de programrelaterade bestämmelserna. I samarbete med SVT arrangeras även årligen programpolitiska seminarier som medarbetare deltar i.

Granskning av innehåll

Under 2025 sände UR 6 185 program (sändningstillfällen), fördelat på 5 173 tv-program och 1 012 radioprogram. Till granskningsnämnden (GRN) inkom sammanlagt 16 anmälningar gällande 13 program. Anmälningarna avsåg nio tv-program och fyra radioprogram, varav fem av dessa var äldre program som finns publicerade på UR Play. Sedan juli 2023 har granskningsnämnden möjlighet att pröva publiceringar på UR:s Play-tjänster¹.

Av de anmälda programmen var drygt hälften



FOTO: MARTIN GULIN/MEXICO

riktade till målgrupperna folkbildning och högskola och utgjordes av både egenproducerade program och produktionsutlägg, samt ett inköpt program som sänts i Kunskapskanalen. Fyra av de andra anmälda programmen var egenproduktioner för barn och unga, och två av dem rörde nyhetsprogrammet *Lilla Aktuellt*. Samtliga program friades eller avskrevs efter beslut av ordföranden. De flesta anmälningarna rörde opartiskhet och saklighet, men en anmälan avsåg otillbörligt kommersiellt gynnande, samt tre anmälningar som anmäldes på grunden mediets genomslagskraft. Under 2025 har UR inte ombetts att inkomma med yttranden, inte heller erhållit någon begäran om genmäle eller beriktigande.

Medieombudsmannen och Mediernas etiknämnd

Sedan 1 januari 2020 är UR anslutet till det självreglerande medieetiska systemet Medieombudsmannen och Mediernas etiknämnd, MO/MEN. Till Medieombudsmannen kan man som privatperson vända sig för att pröva om UR har orsakat en privatperson oförsvarlig publicitetsskada. MO kan pröva publiceringar utöver programinnehåll som har publicerats på UR:s webbsidor, UR Play, ur.se liksom UR:s

kanaler i sociala medier (förutom kommentarsfälten) vilket granskningsnämnden, som enbart kan granska programinnehåll på UR Play, inte kan göra.

Under 2025 har inga anmälningar mot UR tagits upp av MO/MEN.

3.5 Samverkan och återkoppling

UR:s sändningstillstånd slår fast att användarna, särskilt inom utbildningsväsendet, ska ges möjlighet att framföra synpunkter och önskemål gällande programverksamheten. För UR är kontakt och dialog med användarna en avgörande del i kvalitetsarbetet vad gäller val av både innehåll och format. Genom en systematisk målgruppsdialog ges möjlighet för användare att framföra synpunkter samtidigt som UR får tillfälle att förstå vilka kunskapsbehov som finns. Detta är särskilt viktigt för målgrupperna inom utbildningsväsendet.

Förutom kontakter inom utbildningsväsendets alla nivåer och skolformer har UR kontinuerlig dialog med tittare och lyssnare, bland annat via olika UR-konton på sociala medier. Även genom UR:s kundservice mottas och besvaras ett stort antal frågor och synpunkter.

Utbildningssektorn

En del av UR:s systematiska dialogarbete med utbildningsväsendets målgrupper sker genom att ha kontinuerlig kontakt med förskolor, skolor, folkhögskolor och vuxenutbildningar runt om i Sverige. ►

Det enda vi vet med säkerhet är att alla ska dö. Men varför är det så svårt att prata om döden? I *Allt om döden* (åk 7–9) möter Assia Dahir experter och personer med egna erfarenheter som svarar på elevers frågor om döden.

¹ Villkor för Sveriges Utbildningsradio AB: tv-sändningar, beställ-tv, sökbar text-tv, ljudradiosändningar och beställ-radio genom tråd.

Detta görs i syfte att följa och fånga upp förändrade behov och strömningar direkt från målgrupperna. Under 2025 har UR haft kontakt med många olika utbildningsaktörer (se bilaga 9.1 för ett urval). Barn, elever, ungdomar, studenter, lärare, lärarutbildare, föräldrar, cirkeldeltagare, cirkelledare och skolledare, liksom forskare, myndigheter och viktiga intresseorganisationer har alla bidragit med kunskap och insikter. Vid till exempel utvecklingen av dramaserien *Genom mina ögon* (åk 7–9) har UR samarbetat med en referensgrupp bestående av lärare för att säkerställa att innehållet ska koppla till centrala delar i olika kursplaner samt med en grupp gymnasieelever som granskar manus och grovklippningar för att säkerställa att tonalitet och dramaturgi träffar rätt i målgruppen. Även till *Nyhetskoll* (åk 7–9) har UR arbetat med en referensgrupp av lärare samt en med elever.

En annan målgrupp som UR har fokuserat på under 2025 är den växande elevgruppen inom komvux – en viktig grupp med stort behov av en andra

”Efterfrågan är hög på kvalitativt material med vuxet tilltal och ett något lägre tempo.”

chans för att kunna etablera sig i samhället genom behörighet till vidare studier eller för att komma ut i arbetslivet. Inom denna elevgrupp finns många med erfarenheter av tidigare skolmisslyckanden, en ovana att studera samt en hög andel som talar svenska som andraspråk. Därför kommer UR göra en större satsning på svenska som andraspråk inom komvux. Efterfrågan är hög på kvalitativt material med vuxet tilltal och ett något lägre tempo.

Formerna för dialog med användarna inom utbildningsväsendet omfattar allt ifrån digitala möten, platsbesök, intervjuer, mejlkonversationer och enkäter till webinarier. Dialog med användare sker även delvis i sociala medier eftersom lärare organiserar mycket av sitt kollegiala lärande via olika grupper på nätet. Ansvar för denna dialog ligger hos UR:s pedagogiska redaktörer.

I alla större produktioner görs fördjupande användarundersökningar av olika slag inför produktionsstart. Denna process används och förfinas kontinuerligt med fokus på att utgå ifrån användarnas behov och ge plats för deras röster.

Ett exempel på ett strategiskt kontaktarbete under 2025 är att UR har inlett en dialog med Kriminalvårdens pedagoger för att bidra med tips och information om hur UR:s utbud kan stötta de

intagnas studier. Detta har skett såväl genom större webinarier som i individuella kontakter.

En levande diskussion kring verksamheten

Kommunikation om UR:s uppdrag sker på många olika sätt och anpassas utifrån vilken specifik målgrupp UR vänder sig till samt hur och var den målgruppen kan nås. Det kan handla om såväl kommunikationskampanjer på sociala medier riktade till olika målgrupper som deltagande på mässor eller i publika seminarier. Ett exempel på en kommunikationskampanj är *Lässatsningen* som har uppmärksammat lärare och allmänhet på UR:s stora utbud av läsförfrämjande serier. Kampanjen resulterade bland annat i ökad användning av titlar som *Lässugen* (åk F–3) och *Boksnack* (åk 4–6).

UR:s kommunikation i sociala medier är ett sätt att kommunicera om UR:s uppdrag och utbud. Under 2025 har UR via sociala medier bland annat informerat lärare och elever i årskurs 6 om möjligheten att delta i *Fria ordets dag* vilket har bidragit till att antalet deltagare har fortsatt att öka.

UR Teckenspråk och *Hej Sverige* är exempel på redaktioner som har en tät dialog med sina respektive användare via sociala medier. Kommunikationen i sociala medier ger också UR möjlighet att inhämta synpunkter från användarna som bidrar till programutveckling. För *Hej Sverige* har denna dialog resulterat i framtagande av nya programformat och ett betydligt större antal visningar på Youtube-kanalen.

Ett annat sätt att kommunicera om public service-uppdraget är genom UR:s många nyhetsbrev (för närvarande 17 olika) till en rad olika målgrupper som lärare i olika årskurser, nationella minoriteter, föräldrar, folkbildningsaktörer, sfi eller dokumentärfilmsintresserade för att nämna några. Nyhetsbrev är uppskattade av prenumeranterna som genom dem kontinuerligt får information om UR:s programutbud. Såväl nya som redan befintliga programserier presenteras i olika teman anpassade efter aktualiteter eller olika ämnesområden som till exempel UR:s satsning på läsinspirerande program för grundskolans alla stadier.

UR arrangerar även ett flertal aktiviteter för att bidra till en allmän diskussion om public service i allmänhet och UR:s verksamhet och roll i synnerhet. Det rör sig till exempel om debattartiklar i dagspress, deltagande i olika panelsamtal, deltagande på mässor samt arrangerande av seminarier i olika sammanhang. Under 2025 arrangerade UR bland annat ett seminarium, *Unga och nyheter – förstå och stärka elevernas nyhetskompetens*, under SETT-dagarna i Kista utanför Stockholm. Utöver seminariet fanns UR-medarbetare tillgängliga i en monter och informerade och förde samtal om programverksamheten.



FOTO: PÄR ELIASSON

UR deltog även med två seminarier under Almedalsveckan (*Techjättar och medier* och *Unga nyhetskonsumenter*) samt med två seminarier under Bok- och biblioteksmässan (*Varför ska vi nå de unga?* och *Nyheter som unga litar på*).

Utöver nämnda exempel arrangerar UR tillsammans med Sveriges Radio, SVT och Funktionsrätt Sverige även PS Funk som syftar till dialog om funktionsrätts- och tillgänglighetsfrågor. Medarbetare från samtliga public service-företag deltar liksom företrädare från funktionshinderrörelsen som bidrar med kunskap, perspektiv och återkoppling på programutbud och andra insatser från public service-företagen. Under höstens *PS Funk* i Radiohusets studio 5 var temat *Valet och tillgänglighet*. (Läs mer i kapitel 6.8.)

UR är även ett aktivt och drivande medlemsföretag i intresseorganisationen *Utgivarna* som värnar yttrandefriheten och slår vakt om den oberoende journalistiken. Här ingår också TU – Medier i Sverige (Tidningsutgivarna), Sveriges Tidskrifter, Sveriges

Radio, SVT och TV4-gruppen. Genom *Utgivarna* bidrar UR aktivt till en publik diskussion och dialog om journalistik och medier och deras förutsättningar.

Tillsammans med Sveriges Radio, SVT och lokala tidningsredaktioner, från norr till söder, sänder UR *Fria ordets dag* där sjätteklassare över hela landet får lära sig mer om public service, journalistik, tryck- och yttrandefrihet och källkritik. Under 2025 nådde *Fria ordets dag* var tredje sjätteklassare. UR, Sveriges Radio och SVT har även sänt en version för åk 9, *Fria ordet* under 2025. Intresset för *Fria ordet* är stort och nådde cirka 20 procent av Sveriges niondeklassare.

I alla exemplen ovan bidrar UR till en levande samhällsdiskussion om verksamheten.

3.6 Nya tjänster och förhandsprövning

Under 2025 har inga nya programtjänster eller tjänster av större betydelse lanserats inom ramen för UR:s kärnverksamhet eller kompletterande verksamhet. Inte heller har tjänster på försök lanserats under året.

Är det lättare att förstå matte genom stora, galna och knasiga experiment? Josephine Pihlblad älskar matte, extrem matte. I *Extremmatte* (åk 4–6) förklarar hon vad en hundra-del och en tiondel är med hjälp av en gigantisk mur av 100 flyttkartonger.





FOTO: DANIEL STIGEFELT/BILDEN ÄR ETT AI-MONTAGE

AI kallas för den viktigaste teknologiska förändringen för mänskligheten sedan elden och elen. Men hur funkar AI i vardagen? I *Folkets AI* (folkbildning) undersöker Hector Apelgren, Anna Mannheimer och Peter Apelgren hur AI kan användas inom allt från bilkörning och sjukvård till matproduktion och underhållning.

3.7 Språkvård – ett viktigt ansvar för public service

Enligt sändningstillståndet har UR ett särskilt ansvar för det svenska språket och dess ställning i samhället och för att språkvårdsfrågor beaktas i verksamheten. Hur språket används är avgörande för hur lyssnaren och tittaren upplever kvaliteten i innehållet. Därför ställer UR krav på god språklig kvalitet i alla UR:s radio- och tv-program, för utbudet på webben men även för annan publicering som beskrivande texter på såväl UR Play som ur.se.

Grundläggande är att språket ska vara begripligt, levande och korrekt. UR vinnlägger sig också om ett inkluderande språk och låter människor definiera sig själva. Med tanke på UR:s genomslagskraft ska språket också anpassas till sammanhanget, publiken, programmets syfte och sändningstiden.

I programutbudet använder sig UR av ett vardatalspråk, medan texter som publiceras i skriftlig form ska anpassas till skriftspråk och de regler som gäller för det skrivna ordet. Riktlinjerna för språket gäller också för program på andra språk än svenska.

Även UR:s titelpolicy för program- och serietitlar prioriterar korrekt och vårdad svenska. Vidare kvalitetsgranskas alla programbeskrivande texter utifrån

olika regelverk, till exempel *Svenska skrivregler* och *Svenska Akademiens ordlista*.

UR, SVT och Sveriges Radio samarbetar kring en språkvårdsenhet som verkar för att öka den språkliga kompetensen inom bolagen. Dit kan alla UR-medarbetare vända sig och få hjälp med språkfrågor. Det kan handla om uttalsfrågor, ordval, formuleringar och skrivregler. Språkvårdarna arrangerar också seminarier samt ger ut ett språkbrev som förmedlar skraddarsydda språkråd för programbolagen. Det finns även en webbaserad språkdatabas med språkråd, Dixi.

UR arbetar på flera olika sätt med ämnet svenska vilket avspeglas i ett stort och varierat utbud av litteraturprogram i radio och tv för barn och ungdomar med uppläsningar, dramatiseringar och författarpresentationer. Stort fokus läggs på att stimulera barns och ungas läslust och språkliga utveckling. Av det totala radioutbudet under 2025 sände och publicerade UR 55 timmar i ämnet svenska, motsvarande siffra för tv var 67 timmar. Förutom de rent språkinriktade programmen är ett övergripande mål för UR:s alla barnproduktioner att programmen ska ha ett språkutvecklande perspektiv, beskriva begrepp som är kopplade till programmens kunskapsinnehåll

samt hjälpa eleven att själv formulera sig på ett för ämnet relevant språk.

3.8 Priser och utmärkelser

Ett antal av UR:s radio- och tv-program har under 2025 nominerats till flera kvalitetspriser och även mottagit några. Till tv-priset Kristallen var fem program nominerade: *Doktor Samuel* (förskolan) i kategorin tittarnas favoritprogram, *Räkna med Djuren på Djuris* (förskolan), *Lässugen* (åk F–3) och *Vilken historia!* (åk 4–6) i kategorin årets barnprogram samt *Nyhetskoll* (åk 7–9) som också vann i kategorin Årets nyheter och aktualitetsprogram. Därutöver var Kodjo Akolor nominerad till årets manliga programledare för sin insats i *Vem ska jag tro på?* (komvux) och Assia Dahir var nominerad i kategorin årets kvinnliga programledare för *Allt om knark* (åk 7–9).

Till radiopriset Guldörat nominerades *Influencerbarnet* (åk 4–9) och *Kul fakta – uppfinningar* (åk F–3) i kategorin Årets barnprogram samt Patti Hansén i kategorin Årets programledare podd för *Fatta familjen* (folkbildning). *Influencerbarnet* var även nominerat till och vann Prix Europa i kategorin Best European Audio Fiction Series of the Year 2025. Även *Allt om döden* (åk 7–9) var nominerat i kategorin Video documentary och i kategorin Video Iris var *Saker du aldrig vågat fråga: någon som utsatts för sexuella övergrepp* (gymnasiet) från *Tänk till* nominerat.

3.9 Sändningskvalitet

UR sänder i Sveriges Radios och SVT:s kanaler samt i Kunskapskanalen, vilka har analog utsändningsteknik för radio och digital utsändningsteknik för tv. Alla tv-produktioner produceras och levereras i 1080 hd-kvalitet. Kabel-tv-operatörer och andra ska med hänsyn till användarkvalitet kunna välja att distribuera programmen i hd-kvalitet. UR har under 2025 ytterligare förbättrat bildkvaliteten genom att höja nivån på hd-signalen till 1080p50 (p=progressiv) genom hela kedjan av inspelning och redigering.

Till Sveriges Radio levererar UR digitala ljudfiler (okomprimerad wav) i hög kvalitet. Vid all ljudmixning, för både radio och tv, tar UR stor hänsyn till att prioritera god hörbarhet och UR har en policy för hörbarhet (se kapitel 6.7). UR använder loudness-mätning enligt branschstandard EBU R128, vilken jämnar ut nivåskillnaderna i ljudet mellan de utsända programmen i alla Sveriges Radios och SVT:s sändningstjänster. Med hjälp av denna mätmetod blir den upplevda ljudnivåskillnaden mellan olika program, programslag och trailers mindre.

UR mixar alltid ljudet i tre separata spår i syfte att öka hörbarheten i alla program. Denna ljudmixning gör att det utbud som UR publicerar på SVT Play är möjligt att använda för funktionen ”tydligare tal”,

som är en valbar tjänst på SVT Play. Kort beskrivet innebär tjänsten att ljudet kan separeras i tre separata ljudspår. Användaren kan då välja att höja upp ljudnivån på talet och dämpa bakgrundsljudet för att få fram just tydligare tal.

Alla program för radio och tv kvalitetskontrolleras innan utsändning eller publicering på webben för att säkerställa att de håller en hög teknisk kvalitet vad gäller ljud och bild.

Hela UR:s tv-utbud undertextas med hjälp av ett textningsbolag. Varje undertextfil som skickas till UR kvalitetsgranskas först av textningsbolaget innan leverans till UR. Därefter gör UR en teknisk stickprovskontroll av varje undertextfil innan den levereras för publicering i digitala kanaler och sändning i marknätet. UR har under 2025 använt AI-textning i mindre skala i samarbete med SVT.

3.10 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens

Användningen av UR:s utbud sker i allt högre grad på olika digitala plattformar och det ställer stora krav på kontinuerlig utveckling av UR:s arbetsätt och hur utbudet tillgängliggörs. I takt med att mediekonsumtionen blir allt mer individualiserad ökar vikten av kunskap om användarna, deras behov och mediebeteende. Därför kartlägger och undersöker UR regelbundet användarnas behov och medie-beteenden för att säkra ett berättande och tilltal som riktar sig till den aktuella målgruppen. Under 2025 inleddes ett större utvecklingsprojekt som syftar till att vässa löftet till användarna så att de enklare kan hitta relevant programinnehåll. ►

Hur påverkar AI medierna, samhället och demokratin? I andra säsongen av *Vem ska jag tro på?* (komvux) tittar Kodjo Akolor närmare på fenomen, trender och frågeställningar kopplade till AI.

FOTO: JOSÉ CALVENTE/BILDEN ÄR ETT AI-MONTAGE





BILDEN ÄR ETT MONTAGE. FOTO: JOSÉ CALVENTE/DANIEL JOHNSON

Hur får man tag på sin fantasi? Och hur skriver man en spännande berättelse? I **Skriv!** (åk F-3) utforskas skönlitterära genrer, dramaturgiska knep och skrivstrategier med hjälp av författaren B. Strindberg i sin skrivarlya och Tilja – som håller till i fantasin.

Utveckling av innehåll

Under 2025 utvecklade och publicerade UR mycket nytt programinnehåll för elever på högstadiet, en svårnådd men viktig målgrupp. Bland annat har ett helt nytt dramaformat haft premiär, *Genom mina ögon* (åk 7–9) – kortfilmer som berättar samma historia ur olika personers perspektiv. Innehållet är nära kopplat till centrala delar i olika kursplaner.

Ytterligare ett nytt format är *Nybetskoll* som är UR:s och SVT:s gemensamma satsning på nyheter och aktualiteter för högstadiet och gymnasiet. Målet är att öka intresset för nyheter och kunskaper om omvärlden och därmed bidra till ett mer nyanserat samtalsklimat i klassrummen och i förlängningen stärka demokratin. Programformatet har varit efterfrågat av lärare och *Nybetskoll* vann även tv-priset Kristallen i kategorin Nyheter och aktualitetsprogram 2025.

Inom ramen för MIK har desinformation, källtillit och betydelsen av AI-utvecklingen för samhället varit i fokus. Bland annat har *Orka plugga*-redaktionen tagit fram programserien *Plugga med AI* (åk 7–9) som både reder ut vad AI är, hur det kan användas samt dess risker och fördelar. Och i säsong två av *Vem ska jag tro på?* (komvux) låg fokus på att undersöka hur AI påverkar medierna, samhället och demokratin.

Under 2025 fortsatte även utvecklingen av programformatet vodd – podd med rörlig bild. Flera

nya programserier togs under året fram, till exempel *Tänk till – om sex* (gymnasium) och *Poeter och analfabeter* (folkbildning).

AI i verksamheten

Den snabba utvecklingen av AI skapar nya möjligheter och utmaningar i verksamheten. Det är en ny teknik som är kraftfull och utvecklas snabbt vilket gör att användningen av olika AI-tillämpningar/-verktyg måste göras medvetet och ansvarsfullt. UR har därför ett AI-råd som ansvarar för såväl interna riktlinjer som för tillämpning av AI, omvärldsbevakning och kunskapsspridande internt. AI-rådet ansvarar även för att vid behov revidera UR:s AI-strategi som i korthet går ut på att användningen av AI ska bidra till att utveckla användbarheten för kunskapsinnehållet, öka individnyttan och nå fler användare samt att förbättra den interna produktiviteten med enklare och snabbare flöden.

Under 2025 har användningen av olika AI-verktyg spritts till allt fler delar av UR:s verksamhet och tillämpningar används bland annat för analys, administration och i begränsad omfattning även i programproduktion. I till exempel *Lokes hemlighet* (åk 4–6) har AI använts för att skapa animeringar, ett arbete som visade sig vara betydligt mer tidskrävande än planerat och är ett exempel på svårigheten/komplexiteten när det kommer till tillämpningar av AI.

Vid användning av AI inom programproduktion ska samma publicistiska principer som för allt annat program- och kommunikationsinnehåll följas – UR:s uppdrag eller trovärdighet får aldrig äventyras.

Kompetensutveckling

UR har under året prioriterat ledarskapsutveckling med särskilt fokus på att stärka chefers och ledares förmåga inom förändringsledning. Det är en del av UR:s långsiktiga strategi för att rusta UR för framtidens krav och möjligheter. Utöver det har ett antal ledarskapsdagar genomförts, med fokus på UR:s mål, prioriterade initiativ och planer för att uppnå det övergripande målet om dubblerad användning.

Även en chefsutbildning med fokus på att tidigt upptäcka och hantera alkohol-, drog- och spelproblem bland medarbetare har genomförts. Utbildningen syftade till att ge chefer fördjupad kunskap och konkreta verktyg för att agera professionellt vid oro kring missbruksproblematik, med syftet att både skydda verksamheten och stödja medarbetare på ett ansvarsfullt sätt.

Några övergripande och gemensamma fokus för kompetensutveckling har varit AI och beredskap. AI har genomsyrat kompetensplaner inom hela organisationen och det har skett både genom interna och externa utbildningar under året. Målet är att använda AI mer konstruktivt, säkert och effektivt inom såväl publicistiskt arbete som administration. Flera interna utbildningstillfällen och workshops kring UR:s AI-portal har anordnats för att dela AI-erfarenheter och öka kunskap i praktiskt användande.

Ett flertal workshops, utbildningar och övningar inom beredskapsområdet har genomförts inom hela organisationen för att förbereda UR på det kommande utökade beredskapsuppdraget.

Teknisk utveckling

Den tekniska kvaliteten på sändningarna ska vara hög vilket kräver att UR kontinuerligt lägger tid och resurser på utvecklingsarbete, nya rättighetslösningar och teknikinvesteringar för att följa med i utvecklingen av teknik och tillgänglighet. Det innebär att tekniken för produktion och distribution kontinuerligt uppdateras och förbättras. Detta utvecklingsarbete innebär dessutom ofta effektiviseringsvinster utöver kvalitetsförbättringar.

Under 2025 slutfördes den modernisering av UR:s studiolokaler och kontrollrum som inleddes 2023. Målet och syftet med projektet har varit att uppnå en ökad robusthet som minimerar risken för driftstopp av tv-studioverksamheten. UR har bland annat investerat i ny bildmixer, nya studiokameror med tillhörande utrustning, router för överföring av SDI och IP-baserade format, multiviewer, ljudmixer-

bord, LED-vägg samt videosynkronisering och viss kringutrustning. Moderniserade och välfungerande studiolokaler medför att driftsäkerheten ökar och att nya effektiva och enklare arbetssätt kan utvecklas. Dessutom utökas möjligheterna till formatutveckling.

Utöver utvecklingen av studiolokalerna och kontrollrum arbetar UR löpande med att säkra och uppdatera de centrala lagringssystemen för både radio och tv liksom systemen för ljudbearbetning för att säkerställa funktion och driftsäkerhet.

Sammantaget sker en kontinuerlig utveckling och

"UR har under året satsat mycket på att utveckla verksamheten inom data och analys."

uppdatering av flera tekniska system med syftet att skapa stabilare och säkrare system för redigering, lagring och sändning samt effektivare processer.

Data och analys

UR har under året satsat mycket på att utveckla verksamheten inom data och analys. Under våren gjordes en förstudie baserad på benchmark från relevanta företag som utvecklar sitt erbjudande med stöd av användar-/kundnära analys. Uppdraget innefattade även att undersöka hur AI kan användas som stöd i datainsamling, analys och prediktion liksom att sammanställa behov av befintlig och/eller ny data som kommer att krävas framåt. Utifrån förstudien formulerades ett antal insikter och rekommendationer, bland annat att utveckla ett KPI-ramverk liksom principer som styr dessa samt att utveckla den analys som stödjer UR:s erbjudande.

Det KPI-ramverk som därefter togs fram kommer att implementeras i organisationen under 2026. Syftet är att bidra till förbättrade beslutsprocesser kring programinnehåll, hur det distribueras, kommuniceras och följs upp.

Parallellt med utvecklingen av hur UR arbetar med data och analys har det pågått flera projekt som syftar till att vässa och förtydliga UR:s erbjudande till användarna. I konkurrensen om medieanvändarnas tid och uppmärksamhet måste såväl programinnehåll som -format, kommunikation om och distribution av programmen ständigt utvecklas och anpassas. Som ett led i denna utveckling gjordes en organisationsförändring där UR:s arbete med digital distribution, publicering, analys och kommunikation samlas för att bättre ta tillvara den samlade kompetensen. Målet är att öka användningen av UR:s ►



Är Sverige redo för krig? I **Sverige, krisen och jag** (folkhögskola/studieförbund) reser Kristoffer Ahonen Appelquist genom landet för att söka svar på hur krisberedskapen ser ut.

programinnehåll, bland annat genom att tydligare anpassa såväl innehåll, som kommunikation och distribution efter olika målgruppers behov och medieanvändning.

3.11 Beredskaps- och säkerhetsfrågor

Public service spelar en viktig roll vid kris och andra stora samhällspåfrestningar då informationsbehoven är stora. Sveriges Radio och SVT är centrala nyhetsaktörer med ett uppdrag att förmedla VMA, viktigt meddelande till allmänheten, samt tillhandahålla nyheter och samhällsinformation till hela befolkningen i händelse av kris. Även UR, med sitt särskilda utbildningsuppdrag, har en viktig roll genom att bidra med ett fördjupande och lärande utbud i samband med stora samhällspåfrestningar då förutsättningarna för skolornas undervisning och hela utbildningsväsendet snabbt kan förändras. Under de senaste åren har UR därför stärkt sin beredskap för att inför snabba, och ofta oförutsedda, förändringar kunna anpassa verksamheten efter nya förutsättningar, samhällsutmaningar och nya kunskapsbehov. I februari när Risbergsskolan i Örebro utsattes för den värsta skolskjutningen hittills i Sverige var UR till exempel snabbt ute med programinnehåll som svarade upp mot akuta behov inom skolan.

UR:s beredskapsarbete

UR:s beredskapsarbete är inriktat på såväl fredstida kriser som om höjd beredskap skulle råda. I och med att UR från och med 1 januari 2026 har ett utökat beredskapsuppdrag som även omfattar höjd beredskap har UR de senaste två åren förberett organisationen på det utökade beredskapsuppdraget. Planering, utbildning och övning syftar till att undvika störningar i programverksamheten under olika kriser med svåra påfrestningar för samhället som till exempel omfattande strömavbrott, allvarliga cyberattacker eller nästa pandemi. Planeringen syftar också till att säkerställa att hela verksamheten kan fortsätta bedrivas och vara ett stöd för den svenska skolan i händelse av såväl fredstida kris som höjd beredskap.

UR har under 2025 utvecklat sin beredskapsplanering, bland annat har utökade risk- och sårbarhetsanalyser genomförts, vilka har lett till att flera olika åtgärder vidtagits i syfte att höja robusthet. Dessutom har flera utbildningsinsatser och övningar för alla medarbetare genomförts. Detta arbete fortsätter och vidareutvecklas kontinuerligt under åren som kommer.

UR har skyldighet att upprätthålla en hög säkerhet för produktion och distribution för att minimera eventuella avbrott i sändningarna. Utöver

säkerheten i marknätet uppmärksammar UR i sitt beredskapsarbete särskilt distributionen via internet. Vid distribution online kan UR inte ställa krav mot operatörer på samma sätt som i marknätet. Online finns det många flera aktörer mellan UR och användarna. UR arbetar dock för att säkerställa så robust distribution som möjligt via internet. Redundans i flera led eftersträvas, både kring var innehåll lagras och hur publiken nås över internet.

UR har fasta uppkopplingar till SUNET (Swedish university computer network) och använder sig primärt av en egenutvecklad så kallad Content delivery networks (CDN). Genom att använda SUNET som nätleverantör och en egenutvecklad CDN minskar UR kostnaderna för både distribution och redundans. Precis som för marknätet finns beredskapsrutiner för distribution online och UR bygger in redundans i de egna plattformarna. Under året har UR vidtagit åtgärder för att minska sårbarheten vid påfrestningar och ökad användning. UR har under 2025 varit direkt utsatt för cyberattacker som hanterats av UR:s så kallade perimeterskydd. I den beredskapsplan som UR årligen lämnar in till regeringen och Myndigheten för samhällsskydd och beredskap beskrivs beredskapsarbetet mer i detalj.

Programinnehåll – del av beredskapen

Coronapandemin, liksom kriget i Ukraina, och deras påverkan på samhället har synliggjort behovet av att ha en beredskapsplanering som möjliggör att UR kan ge det stöd som både skolan och allmänheten har behov av i händelse av en samhällskris.

"Lärarna förväntar sig att UR ska vara ett stöd till skolan under samhällspåfrestningar."

UR har vid dessa kriser ställt om för att möta upp akuta behov med ett relevant programinnehåll, såväl genom att ta fram nya programformat som genom att skapa nytt innehåll i befintliga programserier. Därigenom har UR gjort stor nytta och skillnad, inte minst för skolan. Och lärarna förväntar sig att UR ska vara ett stöd till skolan under samhällspåfrestningar. I den senaste attitydundersökningen utförd av Demoskop på uppdrag av UR uppger 89 procent av lärarna att UR:s uppdrag bör inbegripa att vara ett stöd till den svenska skolan i händelse av samhällskris.

Erfarenheterna från de senaste åren har bland annat lett fram till att UR, i samarbete med SVT, har utvecklat ett nytt programformat för aktualiteter. *Nyhetskoll* (åk 7–9, gymnasium) hade premiär i januari 2025.

Syftet är att ännu snabbare kunna erbjuda aktualiteter till skolan, förklara och sätta händelser i ett sammanhang samt bidra till att stärka kunskaperna i medie- och informationskunnighet (MIK).

Skapa motståndskraft

Desinformation är en betydande utmaning för det demokratiska samtalet och en fungerande demokrati, såväl i vardag som under kris. En viktig del av beredskapsarbetet är därför att skapa motståndskraft mot rykten och desinformation i samhället. Här bidrar UR genom ett utbildnings- och folkbildningsutbud inom medie- och informationskunnighet till såväl barn och unga som vuxna.

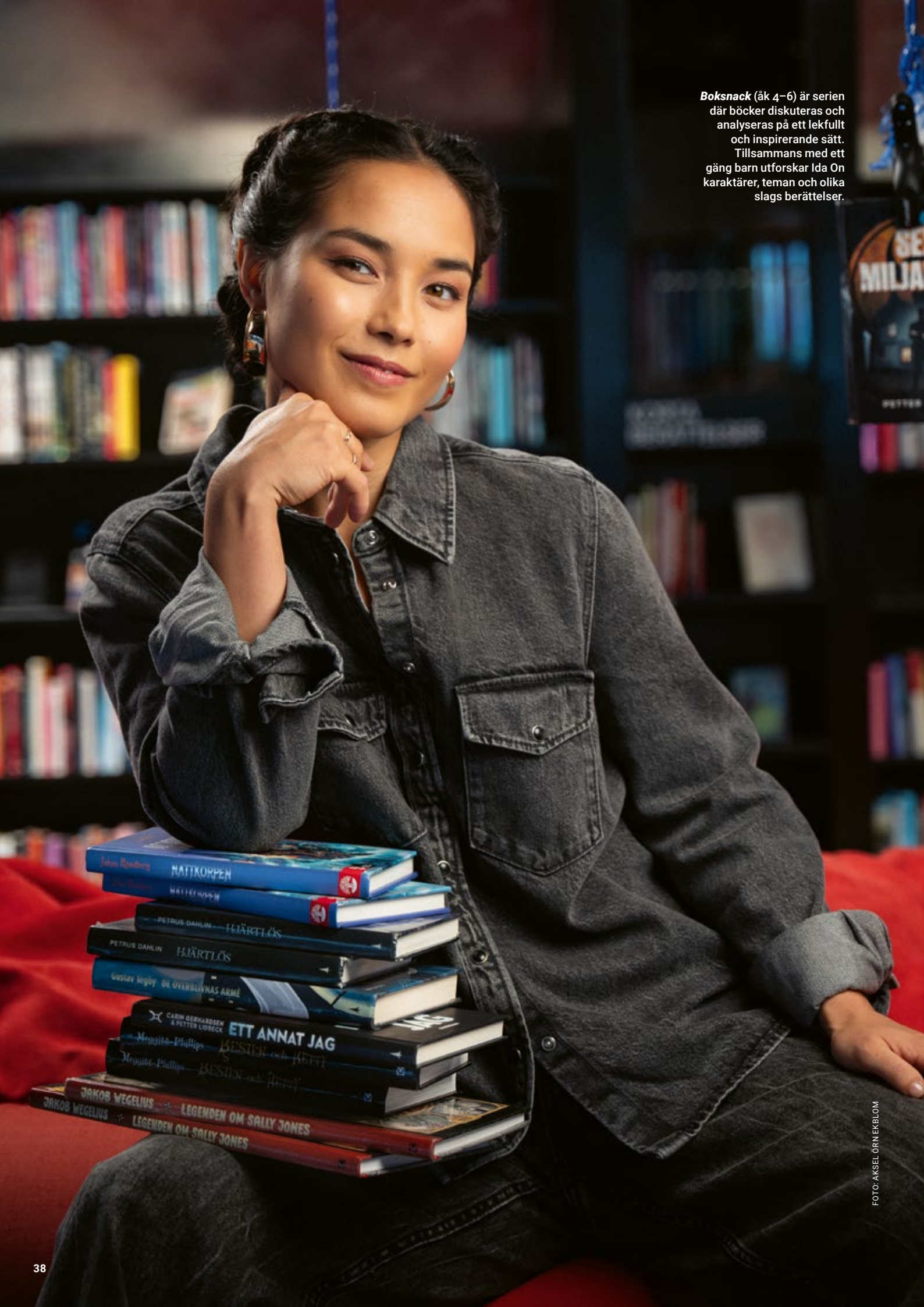
Behovet av att stärka människors källkritiska förmåga har mot bakgrund av det förändrade säkerhetspolitiska läget accentuerats. UR:s kunskapsuppdrag och särskilda ansvar för att öka människors medie- och informationskunnighet är extra viktigt i händelse av samhällskris men även vid större händelser som riksdagsval. UR producerar och tillgängliggör därför ett stort antal program knutna till den aktuella händelseutvecklingen som handlar om hur man bäst sorterar och granskar mängderna av desinformation, missinformation och rykten. Den snabba utvecklingen av AI har bidragit till att förstärka olika desinformationskampanjer. Behovet av att höja medborgarnas medie- och informationskunnighet kommer med andra ord inte att minska, tvärtom.

Under normala omständigheter liksom vid kriser bidrar UR:s programutbud med ett MIK-innehåll (medie- och informationskunnighet) som förmedlar kunskap om hur man avgör vad som är sant och falskt och hur man skiljer på etablerade fakta, åsikter och desinformation. Programutbudet är därmed en del av beredskapsuppdraget redan i fredstid och som under höjd beredskap behöver stärkas.

Digitaliseringen har i många avseenden varit positiv men har gjort det svenska samhället sårbart för olika typer av manipulering av information som ofta syftar till att skapa osäkerhet och tvivel om vad som har hänt och vad som är sant. För någon som har intresse av att destabilisera samhället är både misskreditering och desinformation användbara verktyg i en i övrigt svårnavigerad, digital informationsmiljö. Detta är en samhällsutmaning som kommer att bestå och påverkas av olika större eller mindre samhällskriser.

Det är därför av stor vikt att skapa förutsättningar, genom höjd kunskap bland allmänheten och tåliga strukturer, för att kunna möta de utmaningar som en digital tillvaro som utvecklas i snabb takt medför. Det handlar om att skapa motståndskraft. Detta är en viktig utmaning för samhället i stort och viktigt för UR:s uppdrag som public service-bolag. •

Boksnack (åk 4–6) är serien där böcker diskuteras och analyseras på ett lekfullt och inspirerande sätt. Tillsammans med ett gäng barn utforskar Ida On karaktärer, teman och olika slags berättelser.



Villkor som kapitel 4 svarar på:

- Sändningstillstånd 1–6 §§
- Medelsvillkor 6–10, 17, 19–20
- Läs mer i bilaga 9.5 Sändningsvillkor för UR och 9.6 Medelsvillkor för UR

Här hittar du UR

UR:s programutbud sänds i radio och tv och finns tillgängligt på UR:s digitala plattformar, ibland även på externa plattformar. Oavsett om användarna väljer att ta del av utbudet när det sänds i marknätet eller tillgängliggörs on demand är det UR:s ambition att möta upp med ett kvalitativt utbud på de plattformar där användarna finns.

UR sänder sina radio- och tv-program i marknätet i Sveriges Radios och i SVT:s kanaler, samt i Kunskapskanalen som UR driver tillsammans med SVT. Sändningstider och -volymen beslutas i samråd med Sveriges Radio och SVT och regleras i sändningstidsavtal. Avtalen är ramar för planeringen under hela tillståndsperioden, men sändningstiderna justeras också över tid, i samråd mellan bolagen.

Dessutom tillgängliggörs UR:s programutbud online på UR Play där det går att ta del av under längre tid. En liten del av utbudet publiceras enbart digitalt på UR Play och vissa specifika produktioner även på någon av UR:s Youtubekanaler, och i några fall på TikTok. Ett urval av program har under 2025 också tillgängliggjorts på SVT Play och i princip hela radioutbudet på SR Play. En del av UR:s radioprogram går även att ta del av via Spotify, Apple podcaster och Google podcast.

För UR är själva sändningstillfället viktigt, men minst lika viktig är den digitala användningen. Detta gäller framför allt i samband med undervisning som ofta sker vid annan tidpunkt än sändningstillfället, men också för att användarna förväntar sig att kunna ta del av utbudet vid en tidpunkt som passar dem. UR strävar alltid efter att programmen ska ha en hög användning efter sändning och publicering och många program har en hållbarhet på fem till tio år. I takt med att allt fler användare tittar och lyssnar

på programmen via UR:s digitala kanaler, tappar sändningar i marknätet i betydelse.

4.1 Marksänt utbud

Radio

Under 2025 sände UR 344 timmar radio vilket är på ungefär samma nivå som året innan. Fördelningen mellan kanalerna följer samma mönster som tidigare, med mest sändningsvolym i P1 och P4 Riks. Tabellerna 4.1.1 och 4.1.2 visar hur sändningsvolymen i radio fördelat sig mellan kanaler samt mellan första-sändningar och repriser.

Användningen av radioutbudet på de digitala plattformarna fortsätter att öka men sändning i marknätet är fortfarande viktigt för UR, framför allt för att nå allmänheten. Program som *Hjärta och hjärna* (folkbildning) och *Fatta familjen* (folkbildning) når en stor publik i marknätet och drar

Tabell 4.1.1 Sändningsvolym i radio per kanal (timmar)

RADIO	2023	2024	2025
P1	159	169	161
P2	49	50	50
P3	8		
P4 Riks	139	135	133
Totalt	355	354	344

Tabell 4.1.2 Förstasändning/repriser i radio (timmar)

RADIO	2023	2024	2025
Första-sändning	186	169	163
Repriser	169	185	181
Totalt	355	354	344

4. Här hittar du UR



FOTO: TOMMY JANSSON

Med hjälp av gripande livshistorier blandat med forskning, fakta, humor och djupaste allvar lyfts allt som är värt att veta om livet efter 65 i **Studio 65** (folkbildning).

dessutom användare till UR:s digitala plattformar. I samband med att ett program sänds i marknätet ökar nämligen även den digitala användningen av samma program samt av andra episoder i samma radioserie.

Tv

Under 2025 sände UR 2 233 timmar tv vilket är en minskning med cirka 700 timmar jämfört med 2024. Skälen till den minskade sändningsvolymen av tv-program är flera. Dels har UR gjort hårda prioriteringar där färre och resurskrävande produktioner, framför allt inom drama- och dokumentärgenrerna, fått mer resurser. Detta eftersom såväl drama- som dokumentärproduktioner är efterfrågade av användarna. Dels har UR upphört att spela in och tillgängliggöra föreläsningar (läs mer i kapitel 6.1). En verksamhet som var relativt billig men som det inte finns någon efterfrågan på. UR har i stället omfördelat resurserna till att utveckla nya programformat som möter användarnas kunskapsbehov och medievänor.

I sändningsvolym räknat är *Kunskapskanalen* UR:s främsta distributionskanal. 88 procent av UR:s tv-utbud har under 2025 sänds i Kunskapskanalen.

Programmen i Kunskapskanalen riktar sig till vuxna användare och består av både inköpta dokumentärer och egenproducerade program, som exempelvis *Studio 65* (folkbildning).

Tabellerna 4.1.3 och 4.1.4 visar hur UR:s tv-sändningar 2025 fördelat sig på kanaler samt mellan förstasändningar och reprisar.

UR och SVT har under tillståndsperioden förhandlat om sändningstider och fördjupat samarbetet. Vilken sändningstid som ger mest effekt varierar beroende på vilken målgrupp programmen riktar sig till. Program med en bred publik och som kan förväntas få ett brett genomslag sänds företrädesvis på primetime-tider (mellan klockan 20 och 22). Eftersom UR alltid eftersträvar att nå största effekt med programmen för UR en kontinuerlig dialog med SVT kring sändningstider. Även om använd-

ningen av utbudet på UR:s egna digitala plattformar ökar för varje år är det viktigt för UR att ha ett gott samarbete med SVT kring sändningstider eftersom UR fortsatt behöver nå den breda allmänheten med folkbildande program även via sändningar i marknätet. Ett program som *Seniorsurfarna* (folkhögskola/studieförbund) nådde till exempel sin största publik via sändningar i marknätet.

UR har under 2025 inte tillgängliggjort några sändningar utanför Sverige. UR har inte heller haft några kostnader för verksamhet som tillgängliggör sändningar utanför Sverige via UR Play eller internet i övrigt.

Text-tv

UR:s service i text-tv innehåller tablåinformation på de sidor som visar hela programutbudet från SVT och UR i samtliga tv-kanaler. Utöver den servicen tillhandahåller UR information om företagets särskilda uppdrag på de sidor UR självständigt förfogar över.

4.2 Digital användning

Arbetet med att förtydliga UR:s digitala erbjudande på UR Play webb och app samt i det slutna nätverket UR Access har fortsatt under 2025. När medievanorna blir alltmer individualiserade och mediekonsumtionen i allt högre utsträckning sker digitalt och på allt fler plattformar blir utmaningen att nå användarna med UR:s erbjudande större. Det i sin tur innebär att UR för att nå publiken även måste kommunicera på flera olika, främst digitala, plattformar. Med ett uppdrag i allmänhetens tjänst är det därför självklart att UR kommunicerar via sociala medier, men även via nyhetsbrev riktade till olika målgrupper för att bistå med specifika programförslag som är kopplade till aktuella samhälls-

utmaningar, skolans ”årshjul” och med tips om nya produktioner från UR.

Under 2025 har användningen av utbudet på UR:s digitala plattformar fortsatt att öka. Den sammantagna ökningen av antalet strömstarter på UR Play webb och UR Play app har under 2025 uppgått till drygt 10 procent. Trenden med ökad användning av UR:s radioprogram håller i sig, under 2025 ökade användningen med 20 procent på UR Play och på externa plattformar med 15 procent.

”För vissa målgrupper, framför allt barn och unga, sker användningen av utbudet till allra största delen på digitala plattformar.”

Flertalet av UR:s program har en lång hållbarhet. Populära program som *Livet i Bokstavslandet* (åk F–3), *Bokstavshissen* (åk F–3) samt tidiga säsonger av *Bildningsbyrån – tänka mot strömmen* (folkhögskola/studieförbund), med premärer för 6–13 år sedan, är fortfarande några av de mest använda programmen på UR Play.

För vissa målgrupper, framför allt barn och unga, sker användningen av utbudet till allra största delen på digitala plattformar. Även inom ramen för utbildningsväsendet sker användningen till övervägande del på UR:s digitala plattformar såväl inom grund- och gymnasieskola som inom utbildning för vuxna. Detta eftersom användningen av dessa program nästan uteslutande sker i en utbildningskontext där tidpunkten för undervisningen sällan infaller vid samma tidpunkt som när programmen sänds i marknätet.

För att nå användarna och tillmötesgå deras mediekonsumtionsmönster publicerar UR därför många gånger hela radio- och tv-serier direkt på UR Play för att vid ett senare tillfälle sända programmen i marknätet. Tv-serien *Räkna med Djuren på Djuris* (åk F–3) liksom *Allt om döden* (åk 7–9) är exempel där UR valt att först publicera hela serien digitalt. Användarna kan på så sätt snabbt ta del av alla avsnitt i en serie vid en tidpunkt de själva väljer och behöver inte vänta på att serien sänds i marknätet.

Webbexklusiv publicering

I enlighet med sändningstillståndet för 2020–2025 har UR tillgodoräknat sig programverksamhet som bedrivs på företagets egna plattformar på fritt

Tabell 4.1.3 Sändningsvolym i tv per kanal (timmar)

TV	2023	2024	2025
SVT1	131	146	107
SVT2	210	186	142
SVT24	91	86	57
Kunskapskanalen	2 166	2 276	1 656
SVT Barn	271	272	271
Totalt	2 869	2 966	2 233

Tabell 4.1.4 Sändningsvolym i tv – förstasändning och repris (timmar)

TV	2023	2024	2025
Förstasändning	588	612	405
Repriser	2 281	2 354	1 828
Totalt	2 869	2 966	2 233

4. Här hittar du UR

tillgängliga och öppna delar av internet, men varje enskilt innehållsvillkor har huvudsakligen uppfyllts i marknätet. Av tabell 4.2.1 framgår att UR under 2025 har publicerat 123,12 timmar unikt på UR Play. UR väljer att beräkna andelen webbexklusiva publiceringar av det totala antalet förstasändningar. Detta eftersom en publicering på webben är att betrakta som en förstasändning då en sådan publicering aldrig representeras, vilket däremot är fallet med program som sänds i marknätet.

Den sammantagna webbexklusiva publiceringen utgör en liten andel (17,8 procent) av den totala volymen av förstasändningar om sammanlagt 691,12 timmar. I årets redovisning vill UR tillgodoräkna dessa webbexklusiva timmar som en del av uppfyllandet av tillståndsvillkor 7–13 §§ i sändningstillståndet. Hur stor volym som publicerats unikt på UR Play i förhållande till ett specifikt innehållsvillkor och i förhållande till hur innehållsvillkoret har uppfyllts i marknätet redovisas under respektive kapitel där innehållsvillkoren och hur de uppfyllts beskrivs. Sändningstillståndets olika innehållsvillkor, liksom

tillgänglighetsbeslutets villkor, ålägger inte UR att uppfylla villkoren med en specifik volym utom vad gäller andelen syn- och teckenspråkstolkning samt utbudet på nationella minoritetsspråk. Flera programserier kan dessutom till sitt innehåll svara upp mot ett eller flera innehållsvillkor. En programserie som *Pank!* (åk 4–6) svarar till exempel upp mot flera villkor; att på barns och ungas egna villkor förmedla nyheter och fakta, att UR ska ha en omfattande nyproduktion och egenproduktion av program för barn och unga samt att UR särskilt ska utveckla programverksamheten för äldre barn och unga. Eftersom en programserie kan svara upp mot flera olika innehållsvillkor blir det därmed svårt att redovisa hur varje enskilt innehållsvillkor har uppfyllts i marknätet respektive på UR Play. UR har därför i årets public service-redovisning valt att redovisa hur den totala programvolymen fördelat sig på sändning i marknätet respektive webbexklusiva publiceringar i förhållande till de innehållsvillkor där dessa uppgifter är görliga att ta fram.

De program som publiceras exklusivt på UR Play, och som UR tillgodoräknar sig vid uppfyllande av tillståndsvillkoren, har inte sänts i marknätet under året.

Beslut om vilka program som publiceras exklusivt på webben grundar sig framför allt på målgruppsernas mediekonsumtionsmönster. Barn och i synnerhet unga har mer eller mindre redan lämnat marknätet. Vill UR nå dessa målgrupper måste programutbudet finnas på de plattformar där de befinner sig, det vill säga digitala plattformar. Dessutom behöver programformat anpassas till var och hur de unga tar del av medieinnehåll. Det leder till att vissa program, som exempelvis klipp från *Orka plugga* (åk 7–9) är framtagna i ett format anpassat just för en digital användning och som inte lämpar sig för att sändas i marknätet.

Det är inom utbudet för unga som störst andel program publiceras exklusivt på webben, framför allt program från *Tänk till* och *Orka plugga* samt formatet *Förklarad* (gymnasium).

Även programmens aktualitetsgrad spelar in när UR väljer att publicera webbexklusivt. Program som *Nyhetskoll* (åk 7–9, gymnasium) publiceras enbart på UR Play.

Exempel på programserier som har publicerats webbexklusivt på UR Play:

- *Sagostunder på romani* (åk F–3)
- *Alltid söka sanningen – fakta* (anpassad grundskola 4–6)
- *Genom mina ögon* (åk 7–9)
- *Nyhetskoll – fördjupning* (åk 7–9)
- *Drömmen om en vardag* (gymnasium)
- *En oväntad arbetsplats* (komvux, sfi)

Tabell 4.2.1 Webbexklusiv volym, alla målgrupper, som UR vill tillgodoräkna sig för att uppfylla tillståndsvillkor.

Utbildningsområde	Volym	Antal program	2025
Yngre barn	7,95	58	
Äldre barn	16,08	172	
Unga	45,38	337	
Folkhögskola/studieförbund	0,61	3	
Högskola			
Folkbildning	46,14	128	
Vuxenutbildning	6,96	52	
Totalt	123,12	750	

Utbildningsområde	Volym	Antal program	2024
Yngre barn	13,65	116	
Äldre barn	21,31	176	
Unga	64,85	255	
Folkhögskola/studieförbund			
Högskola	1,40	5	
Folkbildning	49,69	177	
Vuxenutbildning	2,86	26	
Totalt	153,76	755	

Utbildningsområde	Volym	Antal program	2023
Yngre barn	13,81	134	
Äldre barn	11,00	149	
Unga	81,10	248	
Folkhögskola/studieförbund			
Högskola	0,32	1	
Folkbildning	43,35	160	
Vuxenutbildning	5,72	88	
Totalt	155,30	780	



4.3 UR:s digitala plattformar

UR Play är UR:s digitala kanal för såväl allmänheten som pedagoger, elever och studenter. UR Play innehåller 21 500 program, fritt tillgängliga för alla under lång tid. Materialet är kategoriserat enligt en utbildningskontext i skolämnen, men också anpassat till en kunskapsintresserad allmänhet och användarnas behov av tillgänglighet. UR Play finns på flera plattformar, webb, mobilappar för Android och iOS, och sedan sommaren 2025 även som app för smart-tv.

Under året har UR arbetat vidare med att utveckla den tekniska infrastrukturen för de digitala plattformarna. Med beaktande av kommande krav på ökad beredskap och hög tillgänglighet har insatser riktats mot att ytterligare stärka teknisk tillgänglighet och driftsäkerhet. Fokus har legat på att säkerställa att UR Play klarar såväl användarnas behov som framtida krav på robusthet och beredskap.

Smart-tv-lanseringen innebär att UR Play nu når ut direkt där många redan konsumerar rörligt innehåll, vilket ökar utbudets räckvidd och tillgänglighet avsevärt. Genom att vara tillgängliga på de största smart-tv-plattformarna etablerar sig UR Play som en naturlig del av svenskarnas tv-upplevelse och stärker såväl UR:s som public service-erbjudandet i tv-miljön.

Att UR Play numera finns tillgängligt som app för smart-tv innebär att UR:s programutbud kan nås direkt via tv-skärmen. Smart-tv har snabbt blivit en central plattform för UR:s användare, där det framför allt är den kunskapsintresserade allmänheten som tar del av innehållet, främst under morgnar, kvällar och helger.

Nybetskoll (åk 7–9) som hade premiär i slutet av januari kompletterar UR:s befintliga nyhets-erbjudande för skolan, där format som *Lilla Aktuellt skola* (åk 4–6) och nyhetsprogram på moderna språk finns sedan tidigare. På UR Play paketeras *Nybetskoll* särskilt för lärare, med enkel tillgång till vecko-program, quiz och fördjupningar, vilket gör det smidigt att använda som en del av undervisningen. Framtagandet av hela *Nybetskoll*-erbjudandet har även omfattat betydande utveckling av den digitala distributionen och miljön och är ett exempel på hur tätt samarbetet numera är mellan innehålls-utveckling, format och distribution för att möta användarnas behov.

I *Tripp, Trapp, Träd*-appen, som är ett av UR:s pedagogiska erbjudanden mot förskolan, lanserades under 2025 *Ordmaskinen* som en ny funktion med syfte att hjälpa förskolebarn att utveckla sitt ordförråd. Appen är utformad utifrån förskolans läroplan och utvecklad i samarbete med forskare, pedagoger och barn. *Tripp, Trapp, Träd* erbjuder redan många

Tim är pank, eller, han har 100 kronor men behöver 2 000 kronor för att förverkliga sin dröm om att flyga luftballong. I *Pank!* (åk 4–6) testar Tim olika sätt att tjäna pengar och får koll på hur man sparar, lägger upp en budget och hur reklam påverkar våra val.



FOTO: MARCUS GUSTAVSSON

Kortfilmen **En sista sökning** (komvux, sfi) skildrar Seif som har förlorat sin pappa och försöker ordna den religiösa tvagningen innan begravningen. Men hur gör man? Seif börjar söka svar på nätet och det blir rörigt och stressigt men även komiskt.

språkutvecklande och begreppsstärkande aktiviteter där både barn och pedagoger kan lära och leka tillsammans och *Ordmaskinen* blir ytterligare ett steg för att stötta språkinläringen på ett lekfullt sätt.

Under året har UR arbetat aktivt med att förbättra tillgängligheten på UR Play på webben, i appen samt i smart-tv i enlighet med internationella riktlinjer för digital tillgänglighet (WCAG). Det har skett i samarbete med olika användargrupper och experter, vilket har lett till konkreta förbättringar för både användbarhet och räckvidd. Målet är att hela utbudet ska vara tillgängligt för alla, oavsett bakgrund eller funktionsförmåga, i linje med UR:s public service-uppdrag.

Sammanfattningsvis har 2025 präglats av fortsatt utveckling av såväl plattformar som innehåll. Särskilt utmärkande är lanseringen av smart-tv-appar och nya satsningar på innehåll för skolan, som *Nyhetskoll* och språkutvecklande verktyg för förskolan. UR har under året stärkt tillgängligheten på alla plattformar och förberett sig för nya krav och behov. Det ger en stabil grund för att möta framtida utmaningar och fortsatt utveckla erbjudandet till alla användare.

UR Access

UR kan även erbjuda lärare och pedagoger användning av ett utökat programutbud som vänder sig till målgrupper från förskola till gymnasieskola, komvux och folkhögskola/studieförbund via UR Access som är en lösenordskyddad tjänst. Genom att utbild-

ningsanordnare runt om i landet sluter avtal med UR och Copyswede kan utbildningsanordnaren använda UR-programmen i UR Access – antingen genom att inrätta en egen mediecentralsverksamhet, eller genom att anlita en extern mediecentral. En sådan inrättad eller anlitad mediecentral får tillgång till att ladda ner UR:s programutbud från UR:s tjänst och göra det tillgängligt i undervisningsverksamhet. Utöver programfiler och metadata finns undertexter för tv-program, lärarhandledningar och annat arbetsmaterial kopplat till programmen.

I slutet av december 2025 fanns det cirka 23 300 program tillgängliga via UR Access. Samtliga 290 kommuner, 155 fristående skolor/skolkoncerner, 40 universitet och högskolor samt 134 studieförbund och folkhögskolor har avtal med UR och Copyswede för användning av utbudet i slutna nätverk.

Under 2025 fortsatte arbetet med att förbättra, förenkla och effektivisera UR Access, bland annat genom att utveckla en ny distributionslösning som skapar ökade möjligheter för skola, folkbildning och bibliotek att kunna använda UR:s programutbud. Under 2020–2023 drevs ett pilotprojekt med regionerna Dalarna, Gävleborg och Östergötland där biblioteksbesökare med giltigt bibliotekskort kan söka efter UR:s programutbud i bibliotekens lånekataloger, och därefter logga in och spela upp programmet. Projektet har sedan dess spridits till ytterligare biblioteksregioner och vid årets slut var sammanlagt 17 regioner anslutna med över 330 bibliotek.

Tripp, Trapp, Träd

Tripp, Trapp, Träd-appen är UR:s pedagogiska verktyg som utgår från förskolans läroplan Lpför8. Appen är utvecklad i samarbete med forskare inom förskolepedagogik, verksamma pedagoger och förskolebarn. *Tripp, Trapp, Träd*-appen innehåller både radio- och tv-program med sagor, sånger, ramsor och barndokumentärer. De många olika säsongerna har haft teman som till exempel svenska, matematik och hållbarhet. Oavsett tema är innehållet alltid språkutvecklande, begreppsstärkande och inspirerar till lärande lek, i och utanför appen. I *Tripp, Trapp, Träd*-världen får barn och pedagoger möjligheter att lära och interagera tillsammans. Det är också möjligt för pedagoger och barn att producera eget innehåll med kamera och ljudinspelning.

ur.se

På ur.se kan allmänhet och arbetssökande läsa om UR:s uppdrag och UR som arbetsplats. På denna sajt finns aktuella nyheter om utbudet, UR:s plattformar samt UR:s pressinformation. Här finns också information som rör UR:s målgrupper, produktionsformer och riktlinjer för programförslag till UR liksom UR:s public service- och årsredovisningar med mera.

4.4 UR på externa plattformar

UR distribuerar och informerar om sitt utbud även via externa plattformar. Dessa är viktiga komplement till de egna plattformarna, speciellt för målgrupper som UR har svårt att nå effektivt via sändning och de egna plattformarna, men även för att nå målgrupper inom utbildningen. Därför är det viktigt att UR:s programutbud görs tillgängligt och sökbart även på dessa plattformar för att programmen ska nå maximal effekt. Sociala medier och globala distributionsplattformar är en naturlig del av människors medievardag och det är därför självklart att UR, med sin oberoende och pedagogiska journalistik, är närvarande där.

Grundprincipen för UR är att utbudet alltid i första hand ska finnas tillgängligt på de egna plattformarna. UR:s närvaro på sociala medier och globala distributionsplattformar sker därför med restriktivitet. Detta framgår tydligt av UR:s policy för sociala medier (se bilaga 9.7). Policyn omfattar kriterier och principer för UR:s publicering av och kommunikation om programinnehåll i sociala medier och på globala distributionsplattformar. Syftet med policyn är att säkerställa UR:s oberoende och integritet samt att behålla allmänhetens förtroende för verksamheten. UR:s tittare och lyssnare ska aldrig behöva tvivla på att det är för allmänheten som UR arbetar.

UR:s kommunikation i sociala medier syftar till att stärka relationen med olika målgrupper och skapa

värde för nya medieanvändare. Genom att utgå från målgruppernas behov och beteende, presentera relevant innehåll och föra nära dialog med användarna bidrar UR till ökat lärande. Kommunikationen i sociala medier ger också UR möjlighet att inhämta synpunkter som bidrar till programutveckling.

Facebook och Instagram

UR har flera egna Facebook-konton, exempelvis *UR Lärare*, *Hej Sverige* och *UR Teckenspråk*. På dessa sidor postar den digitala desken på UR fortlöpande förslag på program som är nya, som anknyter till skolans årshjul och andra aktualiteter. På Facebooksidan *Hej Sverige* publiceras till exempel material för nyanlända som kan handla om allt från olika ords betydelse, tips om UR:s utbud till information om aktuella händelser. På Facebook för även UR:s kundservice, liksom redaktionerna, dialog med användarna kring programutbudet.

"Antalet visningar av UR:s samlade programutbud på Youtube ökade med 44 procent jämfört med år 2024."

Via flera olika konton på Instagram kommunicerar UR direkt med berörda målgrupper. Till exempel publiceras material för att locka unga dokumentärintresserade till UR:s utbud. Här finns även *Orka plugga*, *Tänk till* och *UR Teckenspråk*.

Youtube och Tiktok

UR tillgängliggör program, delar av program och webbunika klipp på Youtube för att nå olika målgrupper, till exempel ungdomar, nyanlända och lärare. Antalet visningar av UR:s samlade programutbud på Youtube ökade med 44 procent jämfört med år 2024. Det är framför allt *Hej Sverige*, vars visningar ökade med drygt 140 procent, som har stått för ökningen, mycket tack vare lyckade kommunikationsinsatser. Men även *Orka plugga* vars visningar har ökat med 48 procent under 2025. Även antalet trogna användare ökar vilket syns i att antalet prenumeranter ökar för samtliga UR:s Youtubekanaler.

Tänk till, UR:s satsning för att nå målgruppen unga utanför en skolkontext, är fortsatt en av UR:s största Youtubekanaler. Kanalen riktar sig primärt till den svårnådda målgruppen 16–20-åringar. Syftet med kanalen är att lyfta ungas röster som sällan hörs och att unga ska kunna känna igen sig i de frågor och ämnen som tas upp. *Tänk till* vill vara ett tryggt ►

forum för ungdomar där man kan ta upp olika samhällsfrågor samt bryta fördomar. Det kan till exempel vara frågor som rör rasism, utanförskap, värnplikt, klass, sexism, religion, mobbning med mera. Målet är att innehållet ska uppmuntra till diskussion och engagemang, att visa olika perspektiv och hur de kan skilja sig från person till person, baserat på upplevelser och bakgrund.

För att innehållet ska vara och förbli relevant står *Tänk till*-redaktionen i ständig dialog med målgruppen och arbetar samskapande med den. *Tänk tills* kommentarsfält visar att tittarna känner igen sig i innehållet och kan relatera till det, samtidigt som de upplever att *Tänk till* belyser viktiga ämnen som de lär sig något av och som inte alltid lyfts på andra ställen.

Youtube-kanalen *Hej Sverige* är en enkel och inspirerande guide till hur Sverige fungerar. Innehållet erbjuder en grund i svenska språket och bidrar med insikter om Sverige som kan vara bra att känna till. En av de populäraste videorna under 2025 är *Vad är allemansrätten?* som hade 642 000 visningar.

Orka plugga-kanalen vill med olika tips och strategier kring studieteknik hjälpa elever på högstadiet att klara skolan och nå kunskapsmålen. Det kan handla om tips på hur man pluggar inför nationella prov, vikten av att få tillräckligt med sömn eller hur man blir mer källkritisk.

UR har även konton på TikTok för att kunna nå unga användare. Bland annat lägger teckenspråksredaktionen ut klipp och programtips på plattformen liksom redaktionerna för *Orka plugga* och *Tänk till*.

Antalet visningar på TikTok ökade med 11 procent jämfört med 2024.

Tänk Till har under 2025 haft en stor tillväxt på TikTok och är nu uppe i 103 000 följare och två klipp har nått över en miljon visningar: *Fördomar om lumpen* som publicerades i april har 1,1 miljoner visningar och *3 sätt att utsättas för sexuella övergrepp* som publicerades i augusti har 1,3 miljoner visningar.

Redaktionen ser en fortsatt positiv trend där gensvaret från användarna, liksom engagemanget, är högt för flera olika typer av innehåll och format.

Även visningarna av *Orka plugga* ökade med 29 procent jämfört med föregående år. Det är framför allt enkäter med målgruppen som har gått bra men också tips inför nationella prov.

Radio på externa plattformar

Distributionen av radio skiljer sig från distributionen av video genom att användarna på ljudmarknaden förväntar sig att hitta alla poddar via de plattformar som de själva föredrar. Detta ekosystem är unikt för ljudinnehåll och har hittills skilt sig markant från exempelvis marknaden för strömningstjänster

för film och tv. Det gör att stora delar av UR:s radioutbud finns tillgängligt på externa plattformar som Spotify, Apple podcaster och Google podcast. UR publicerar öppna så kallade rss-länkar som sedan Spotify eller Apple podcaster registrerar. Men användarna behöver inte använda Spotify eller Apple podcaster för att kunna podda UR:s program utan kan använda vilken podd- eller rss-läsare som helst. Genom detta förfarande har UR fortfarande den redaktionella kontrollen över det ljud som tillhandahålls, och allt programinnehåll som görs tillgängligt via rss-länkar finns också på UR:s egna plattformar. Under 2025 har antalet strömstarter av UR:s radioutbud på externa plattformar ökat med sammanlagt 15 procent och enbart på Spotify ökade strömstarterna med hela 65 procent.

Medan i princip allt videoutbud som UR publicerar på externa plattformar riktar sig till unga och unga vuxna så riktar sig audioutbudet på externa plattformar även till en vuxen allmänhet.

4.5 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet

UR:s kärnverksamhet är att producera och sända radio- och tv-program i marknätet samt tillhandahålla programutbud på företagets egna plattformar som finns fritt tillgängliga på öppna delar av internet.

Med program avser UR ett inslag bestående av ljud (audio) eller ljud och bild (video) med ett lärande innehåll som har tagits fram redaktionellt som en del av UR:s utbildnings- och folkbildningsuppdrag. Den kompletterande verksamheten ska utgå från och ha en tydlig koppling till kärnverksamheten (medelsvillkor 2020–2025).

För att nå användarna på en alltmer fragmentiserad, digital mediemarknad är det nödvändigt att programutbudet tillgängliggörs på flera olika plattformar samt att kommunikationen med användarna sker på flera olika plattformar/sätt.

Utifrån ovanstående resonemang anser UR att kärnverksamheten består av:

- Produktion av program (se tidigare definition av program).
- Sändningar av program i marknätet.
- Sändningar av program online på UR Play (såväl direkt som tidigare inspelade program, simultant med sändning i marknät eller webbexklusivt).
- Tillhandahållande av program på UR:s olika playtjänster som uppfyller kraven på att vara på fritt tillgängliga och öppna delar av internet.

UR definierar kompletterande verksamhet som det arbete som görs i syfte att komplettera kärnverksamheten och förbättra möjligheterna för allmänheten att tillgodogöra sig utbudet.



FOTO: SPIEGEL.TV/HÖRÐUR KRISTLEIFSSON

UR:s kompletterande verksamhet består bland annat av:

- Pedagogiskt stödmaterial i form av exempelvis lärarhandledningar och övningsuppgifter.
- Text, ljud och bild som har koppling till och stödjer programmets användning. Det kan exempelvis vara lärare som i videoinslag berättar hur de använder och arbetar med UR-material eller spelliknande applikationer som syftar till att öka elevernas engagemang och förståelse.
- Nyhetsbrev riktade till olika målgrupper med information om aktuellt och relevant innehåll specifikt för respektive målgrupp.
- Tillhandahållande av visst programutbud samt kommunikation med användarna på externa plattformar i syfte att nå de målgrupper som UR inte når på de egna plattformarna eller via sändningar i marknätet.

Balans mellan kärn- och kompletterande verksamhet

UR:s kompletterande verksamhet är nära sammanlänkad med eller ingår som integrerade delar i produktionsarbete och produktionsbudget och går inte att skilja från kärnverksamheten. Ofta kan information som samlas in för att producera ett program komma till nytta även när en lärarhandledning till samma program tas fram. På liknande sätt kan delar av ett program (kärnverksamhet) bearbetas för att användas i marknadsföring (kompletterande verksamhet). Olika produktioner resulterar i, och kräver, olika mycket kompletterande material.

Det är nästintill omöjligt att identifiera och sårredovisa kostnader för den kompletterande verksamheten. UR strävar emellertid efter att bibehålla god kontroll och balans mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet liksom god balans mellan kärnverksamhetens olika delar.

Den huvudsakliga verksamheten, en övervägande del av allt UR gör, är kärnverksamhet. God balans mellan kärn- och kompletterande verksamhet råder enligt UR när kärnverksamhet är dominerande i verksamheten. På UR arbetar de flesta större delen av sin tid med att producera eller tillgängliggöra program, alternativt med att stödja dem som har som huvudsaklig arbetsuppgift att producera eller tillgängliggöra program. UR kan därmed konstatera att en övervägande del av företagets resurser tydligt går till kärnverksamheten. UR bedömer att balansen mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet är god.

God balans mellan kärnverksamhetens olika delar skär genom programföretagens uppdrag på flera led, till exempel mellan olika typer av innehåll eller i fråga om användandet av ny teknik och beprövade distributionssätt.

Enligt UR råder god balans mellan kärnverksamhetens olika delar när tillståndsvillkoren huvudsakligen uppfylls i marknätet och när det råder balans mellan olika typer av innehåll och UR kan erbjuda ett mångsidigt utbud. UR har under 2025 upprätthållit en god balans mellan de olika delarna av UR:s kärnverksamhet vilket framgår av den sammantagna redovisningen. •

I *Krafterna bakom väder* (folkbildning) undersöks vad det egentligen är som driver på de dramatiska förändringarna av väder. Flödena av luft, eld och vatten är planetens osynliga motorer. Men på vilket sätt kan vulkanutbrott på Island påverka jordbävningar i Kalifornien?

I Räkna med Djuren på Djuris
(förskola) upptäcker kompisarna
Ull, Satsumas och Fiolin att
dubbelt inte alltid är bra och att
en stund kan var både kort och
lång. Men hur lång är en minut?



Villkor som kapitel 5 svarar på:

- Sändningstillstånd 7–8 §§
- Medelsvillkor 19–20
- Läs mer i bilaga 9.5 Sändningsvillkor för UR och 9.6 Medelsvillkor för UR

Det breda uppdraget

UR:s unika kombination av journalistik och pedagogik resulterar i kunskapshöjande program för både barn, unga och vuxna. Bredden i utbudet gör att alla, i hela Sverige, hittar bildande och utbildande program hos UR.

UR har ett kunskapsuppdrag som vilar på utbildning och folkbildning. Det ställer särskilda krav. UR:s unika kombination av journalistik och pedagogik skapar ett programutbud som hjälper barn, unga och vuxna till ny och bestående kunskap.

I UR:s uppdrag ingår att erbjuda ett mångsidigt programutbud som består av både radio- och tv-program. Med visionen om att bidra med kunskap för livet producerar och tillgängliggör UR ett utbud som bidrar till att minska kunskapsklyftorna i Sverige och som stärker lärande och bildning.

Kunskap får människor att växa och samhällen att utvecklas. I en värld med stora utmaningar och snabba förändringar bidrar UR med ett relevant, faktabaserat och lättillgängligt kunskapsutbud. UR producerar utbildande och folkbildande program för både skolan och samhället, för den breda allmänheten och för mindre målgrupper med specifika behov. UR:s kunskapsutbud gör skillnad – för samhället och den enskilda individen.

5.1 Ett utbud för alla

UR ska koncentrera sin programverksamhet till utbildningsområdet och därutöver tillhandahålla ett utbud av folkbildningsprogram. Det innebär att UR producerar och tillgängliggör program för alla åldrar.

Av pedagogiska och kognitiva skäl är många av utbildningsprogrammen väsentligt kortare, framför allt program för barn och unga, jämfört med allmänt folkbildande program. Det gör att en jämförelse mellan kategorierna uttryckt i total sändningsvolym blir missvisande. Under 2025 var andelen utbildningsprogram 26 procent av den totala sändningsvolymen och andelen folkbildningsprogram var 74 procent.

För att få en mer rättvis bild jämför UR antalet förstasändningar per kategori vilket ger en tydlig bild av hur både det redaktionella arbetet och kostnader fördelar sig per kategori. Av de förstasändningar som UR producerade och tillgängliggjorde under 2025 utgjorde utbildningsprogrammen 71 procent. Därmed anser UR att programverksamheten är koncentrerad till utbildningsområdet.

Det samlade kunskapsuppdraget ställer särskilda krav på UR att vårda och utveckla ett utbud som bildar och utbildar. Som public service-bolag identifierar UR självständigt kunskapsbehov i samhället och i olika målgrupper och skapar ett pedagogiskt innehåll som svarar upp mot dessa behov.

Det sammantagna utbudet av utbildande och folkbildande program gör UR till en samlande kraft för bildning och kunskap, såväl i människors vardag som i händelse av samhällskris. ►



FOTO: MIKAELA MATAR

Sverige forskar (folkbildning) är vetenskapsprogram i kortformat med fokus på aktuell, svensk forskning. Här avhandlas allt från sociala robotar och myggburna virus till hur LED-lampor påverkar arbetsmiljön och hur rädda vi ska vara för PFAS.

5.2 Utbildningsområden

Utbildningsutbudet är indelat i olika ämnen och utbildningsnivåer. På så sätt anpassas innehållet i programmen till relevanta kunskapsmål och pedagogiska behov för respektive utbildningsstadium. Som yngre barn räknas förskola och grundskola årskurs F–3, specialskolan åk F–4 och anpassad grundskola åk F–3, liksom äldre barn grundskola årskurs 4–6, specialskolan åk 5–7 och anpassad grundskola åk 4–6. Till gruppen unga räknas grundskolan årskurs 7–9, specialskolan åk 8–10, anpassad grundskola åk 7–9 och gymnasium samt gymnasieskolan. Program för vuxenutbildning omfattar komvux och sfi (svenska för invandrare) samt den organiserade folkbildningen (folkhögskola och studieförbund). Området högskola omfattar dels program för lärarfortbildning, dels folkbildande program om forskning och vetenskap.

Utöver detta finns även allmänt folkbildande program. UR anpassar även folkbildningsutbudet efter målgrupper och identifierade kunskapsbehov. Exempelvis har UR under flera år gjort särskilda folkbildningsinsatser för seniorer och föräldrar, till exempel på teman inom medie- och informations-kunnighet.

Även om varje programserie alltid har en specifik målgrupp, till exempel folkhögskola/studieförbund, används programmen även av andra målgrupper. Program producerade för gymnasiet används till exempel inom folkhögskolans allmänna linje och flera program inom ung folkbildning används även inom gymnasiet. UR:s programutbud är därmed ofta folkbildande och utbildande för fler än programmetts primära målgrupp.

UR:s utbildningsutbud riktar sig till närmare 2,5 miljoner elever, studerande och deltagare inom utbildningsområdet.

Barn och unga

En stor del av UR:s utbildningsprogram riktar sig till barn och unga inom grund- och gymnasieskolan. Utöver den sändningsvolym som redovisas i tabellerna 5.2.1, 5.2.2 och 5.2.3 har UR även publicerat 567 program för barn och unga exklusivt på UR Play vilket utgör 34 procent av totala antalet förstasändningar för barn och unga, se tabell 5.2.4. Den största mängden webbexklusiva program är riktade till unga och utgörs bland annat av formatet *Förklarad* (gymnasium) samt klipp från *Tänk till* (gymnasium) och *Orka plugga* (åk 7–9). Vilka webbexklusiva timmar som UR vill tillgodoräkna, i förhållande till vilket villkor samt hur innehållsvillkoret uppfylls i marknätet respektive på UR Play, redovisas närmare i kapitel 6.

Högskola och annan vuxenutbildning

UR:s programverksamhet mot högskolan omfattar lärarutbildning och lärarfortbildning samt folkbildande program om vetenskap och aktuell svensk forskning, det vill säga bidrar till högskolans tredje uppgift. Under 2025 har UR:s utveckling av verksamheten på högskoleområdet fortsatt, bland annat av nya program med fokus på läs-, skriv- och räknedaktik för blivande lärare som kommer att publiceras under 2026. Och radioserien *Så frågar* (lärarfortbildning) utökades med ytterligare episoder under 2025. Samhällets utmaningar hamnar även i klass-

rummen och lärare behöver stöd att hantera svåra och aktuella ämnen. I programserien ställer lärare frågor och en expertpanel svarar. Skolskjutningen i Örebro, inkludering av transelever på idrottslektionerna, drogtestar samt hur man hanterar kontroversiella frågor utan att såra elever är teman som har behandlats.

För att stärka förståelsen för vetenskaplig metod, sprida kännedom om svensk forskning och hur den kommer samhället till nytta, alltså bidra till högskolans tredje uppgift, har UR under 2025 vidareutvecklat *Sverige forskar* (folkbildning). I säsong fem berättar forskare bland annat om arbetet med att ta

fram sociala robotar som pratar med människor på människors vis. Forskare vid Stockholm Babylab har kunnat visa hur mycket bebisar faktiskt förstår när vi pratar med dem och vid Lunds universitet förklarar forskare hur osynligt flimmer från LED-lampor påverkar våra hjärnor.

Vuxenutbildning omfattar även komvux och sfi (svenska för invandrare). För sfi har UR under 2025 producerat en mängd program, bland annat tv-serien *En sista sökning* (komvux/sfi) på lätt svenska. Seif, en ung man som har förlorat sin pappa börjar stressad söka på nätet för att få svar på hur den religiösa



Tabell 5.2.1 Sändningsvolym i radio och tv per utbildningsområde (timmar)

Utbildningsområde	2023		2024		2025	
	Radio	Tv	Radio	Tv	Radio	Tv
Yngre barn	40	145	39	146	37	147
Äldre barn	26	133	22	128	27	125
Unga	30	153	29	134	22	96
Högskola	12	275	30	272	20	54
Folkhögskola/studieförbund	74	89	65	68	63	70
Folkbildning	173	2 063	169	2 204	175	1 718
Vuxenutbildning		11		14		23
Totalt	355	2 869	354	2 966	344	2 233

Tabell 5.2.2 Sändningsvolym i tv per utbildningsområde – antal program samt andel av totala utbudet

Utbildningsområde	Volym (tim)	% Volym	Antal	% Antal
Barn och unga	368	17 %	2 368	46 %
Högskola	54	2 %	89	2 %
Folkhögskola/studieförbund	70	3 %	150	3 %
Folkbildning	1 718	77 %	2 517	48 %
Vuxenutbildning	23	1 %	49	1 %
Totalt	2 233	100 %	5 173	100 %

Tabell 5.2.3 Sändningsvolym i radio per utbildningsområde – antal program samt andel av totala utbudet

Utbildningsområde	Volym (tim)	% Volym	Antal	% Antal
Barn och unga	86	25 %	566	56 %
Högskola	20	6 %	42	4 %
Folkhögskola/studieförbund	63	18 %	132	13 %
Folkbildning	175	51 %	272	27 %
Totalt	344	100 %	1 012	100 %

Tabell 5.2.4 Antal program – förstasändningar i radio och tv samt webbexklusivt – samt andel program per utbildningsområde

Utbildningsområde	Sändning	Webb	Totalt	% Sändning	% Webb
Yngre barn	512	58	570	90 %	10 %
Äldre barn	296	172	468	63 %	37 %
Unga	271	337	608	45 %	55 %
Högskola	17		17	100 %	
Folkhögskola/studieförbund	70	3	73	96 %	4 %
Folkbildning	512	128	640	80 %	20 %
Vuxenutbildning	18	52	70	26 %	74 %
Totalt	1 696	750	2 446	69 %	31 %

5. Det breda uppdraget

tvagningen innan begravningen går till. Mitt i sorgen blir det rörigt men även lite komiskt. Tv-serien *En oväntad arbetsplats* (komvux/sfi) följer Mehdi som förlorar sitt jobb men inte vågar berätta sanningen för sin fru. Han måste snabbt hitta ett nytt jobb för att få behålla sitt uppehållstillstånd. I tv-serien *Mitt nya land* (komvux/sfi) möter tittaren Hawa och Abbas och deras kamp för att komma in i samhället i en mindre stad i Sverige. För sfi har även *Hej Sverige*-redaktionen publicerat serierna *Hej Sverige – kunskapsdrama*, filmer som lär ut både språk och viktiga kunskaper om det svenska samhället, samt säsong tre av *Hej Sverige – reportage* som ger berättelser och fakta om vardagslivet i Sverige.

För komvux har UR producerat tv-serien *Ekonomi för alla* (komvux) där vanliga människor får tips av ekonomiprofessor Micael Dahlen för att få mer pengar kvar i slutet av månaden. Serien *Vetenskaplig metod* (komvux) förklarar begrepp och rubriker som brukar ingå i ett vetenskapligt arbete samt ger förståelse för den vetenskapliga processen. Säsong två av *Vem ska jag tro på?* (komvux) fokuserar på AI. Programledaren Kodjo Akolor tittar närmare på fenomen och frågeställningar kopplade till AI, medier, samhället och demokratin. Vad händer med källtillit och sammanhållning om människor blir misstänktsamma mot allt?

Folkhögskola och studieförbund

Folkhögskolor och studieförbund utgör ett värdefullt komplement till det formella utbildningssystemet. UR:s utbud riktat till folkhögskola och studieförbund bidrar till det livslånga lärandet,

vilket blir allt viktigare i dagens kunskapsintensiva och komplexa värld.

Under 2025 har UR producerat tv-serien *Digital senior* (folkhögskola/studieförbund) som vägleder döva seniorer i en alltmer digital vardag. Genom praktiska övningar och tips växer kunskap och självförtroende. Säsong fyra av *Seniorsurfarna* gräver djupare i viktiga frågor som rör AI och digital säkerhet. Tommy Körberg, Anneli Martini, Jan Rippe, Ewa Roos, Peter Dalle och Lars-Åke ”Babsan” Wilhelmsson utmanas att utveckla sina digitala färdigheter. Dessutom reser Björn Hellberg runt i Sverige och utforskar hur andra seniorer använder teknik. Pedagogiska inslag vävs samman med deltagarnas personliga reflektioner om teknikens växande roll i deras liv.

Tv-serien *Sverige, krisen och jag* söker svar på hur beredskapen för oroande framtidsscenarier ser ut. Forskare, maktbärare och psykologer berättar om beredskapen inför krigs- och terrorhot, klimatkris och risken för ännu en pandemi. Tv-serien *Snacka om språk* inspirerar till samtal om språkbruk och visar hur språket kan förändra, engagera och beröra, oavsett om det sker i en rättsal, på en fotbollsplan eller genom musik och poesi. Sex kända svenskar berättar om sina språkliga resor från uppväxtens dialekter till språkliga egenheter och yrkets krav. Även nya episoder i radioserien *Bildningsbyrån – tänka mot strömmen* har tillkommit under 2025, till exempel *Leonardo da Vinci – geniet som aldrig blev klar*.

Ämnesområden

Bredden i UR:s utbud återspeglas i den mångfald av program som UR producerar och tillgängliggör under ett år. Inom utbudet på utbildningsområdet för grund och gymnasieskolan producerar UR löpande program inom ämnen som svenska, matematik, NO, SO, moderna språk med flera, se tabell 5.2.5. Exempel på program för barn och unga återfinns i kapitel 6.2–6.9.

5.3 Folkbildning

Utöver utbildningsuppdraget ska UR tillhandahålla ett utbud av folkbildningsprogram, som till skillnad från programutbudet riktat mot utbildningsområdet inte kopplas till kurs- eller läroplaner. I stället bidrar det folkbildande utbudet till att sprida kunskap och bildning, inspirera och ge nya upplevelser. Kunskap som ger individen möjlighet att både fördjupa och vidga perspektiven och att orientera sig i samhället och världen.

I säsong fem av radioserien *Hjärta och hjärna* får vi veta vad vetenskapen säger om våra mest fascinerande myter och föreställningar. Stämmer det att vi blir smartare av att läsa eller att ögonen är själens spegel? Under 2025 har UR publicerat flera andra

Tabell 5.2.5 Ämnesfördelning i total sändningsvolym inklusive webbpubliceringar radio och tv (timmar)

Ämne	Radio	Tv
Estetiska ämnen	0,03	20
Geografi och miljö	1	541
Historia och religion	61	427
Idrott och hälsa	1	192
Information och media	86	79
Matematik		38
Naturvetenskap, teknik och medicin	12	311
Pedagogik	58	23
Psykologi och filosofi	12	13
Samhälle och ekonomi	36	315
Värdegrund		41
Språk		
Svenska	49	57
Svenska som andraspråk och sfi	6	10
Moderna språk	14	38
Modersmål och minoritetsspråk	30	120
Övrigt	15	94
Totalt	381	2 319



FOTO: STINA GULLANDER

"Programledarna Erik Schöldt och Jonas Åhlund utforskar vad romanerna kan säga om manlighet och samtiden."

serier där vetenskap står i centrum, bland annat tv-serien *Hjärnans hemligheter med Jim Al-Khalili*. Genom experiment, intervjuer och aktuell forskning avslöjas hur jordens fysiska villkor format vårt mest komplexa organ – hjärnan – och hur minne, känslor och intelligens växt fram över tid. Med stöd av den senaste forskningen inom etologi, neurovetenskap och psykologi söker tv-serien *När djuren sörjer* svar på om och på vilket sätt djur kan sörja. I tv-serien *Krafterna bakom väder* visar forskare hur den globala uppvärmningen förändrar luft- och havscirkulationen och vilka konsekvenser det får världen över.

Flera undersökningar visar att män läser i mindre utsträckning än kvinnor och att pappor läser mindre än mammor för sina barn. UR har därför under 2025 satsat extra på mäns och killars läsning. I tv-serien *Poeter och analfabeters bokklubb* utforskar vännerna och komikerna Ahmed Berhan, David Druid och Branne Pavlovic litteratur på ett lätt samt sätt. Böckerna står alltid i centrum men samtalen leder också till personliga berättelser och nya insikter om livet. Tv-serien *Dicklit* greppar litterära klassiker med män i huvudrollen. Programledarna Erik Schöldt och Jonas Åhlund utforskar vad romanerna

kan säga om manlighet och samtiden. Det blir spännande samtal om identitet, personlig utveckling och livet. I radioserien *Leifbys läsresa* möter vi sportjournalisten Marcus Leifby som ger sig ut på en personlig och nyfiken resa i litteraturens spår. Han möter människor som på olika sätt har hittat in i läsningens värld och visar att litteratur kan vara både oväntad och livsnära.

Studio 65, programserien som blandar gripande livshistorier med forskning och fakta, humor och djupaste allvar, har under 2025 fått nya säsonger både som radio och tv-serie. Experter, kändisar och helt vanliga människor berättar om livet efter 65, med dess utmaningar och glädjeämnen. Serien ger kunskap, råd och inspiration för ett längre och bättre liv. Programledare är Kattis Ahlström och Anders Palmblad med äldreforskaren Ingmar Skoog som ständig bisittare.

I tv-serien *Min ångest och jag* möter tittaren fem kända svenskar som kämpar med psykisk ohälsa. Vi får följa deras personliga resa och möta anhöriga. Psykiatern Anders Hansen medverkar som expert och ger fördjupad kunskap om psykisk ohälsa och diagnoser.

Artificiell intelligens kan vara den viktigaste teknologiska förändringen för mänskligheten sedan elden och elen. I tv-serien *Folkets AI* undersöker Anna Mannheimer, Peter Apelgren och Hector Apelgren hur AI påverkar i vardagen och guidar tittarna i hur AI fungerar, hur AI används och skulle kunna användas samt hur vi ska värdera AI.

5.4 UR ska spegla Sverige

För att uppnå en hög programkvalitet och ge möjlighet för användarna att både känna igen sig

I **Dicklit** (folkbildning) diskuterar Erik Schöldt och Jonas Åhlund litterära klassiker med män i huvudrollen. Med nyfikenhet, sökande och självinsikt utforskar de vad romanerna kan säga om manlighet och samtiden.

5. Det breda uppdraget

och möta nya perspektiv i programutbudet är det nödvändigt att de medverkande i programmen speglar mångfalden i samhället. Genom att ta vara på en variation av röster, åsikter och perspektiv strävar UR efter att spegla hela befolkningen. UR är till för alla och utbudet ska vara relevant för användarna. Enligt sändningstillståndet för 2020–2025 ska UR:s programverksamhet som helhet bedrivas ur ett jämställdhets- och mångfaldsperspektiv. Programmen ska utformas så att de genom tillgänglighet och mångsidighet tillgodoser skiftande förutsättningar och intressen hos befolkningen samt speglar förhållanden i hela landet. För att detta ska synas och märkas i det UR producerar och tillgängliggör under året arbetar UR kontinuerligt för att säkerställa att jämställdhet, mångfald och spegling är utgångspunkter i varje produktion.

I den årliga attitydundersökningen ställs därför frågan om UR:s utbud speglar mångfalden av människor i Sverige (se kapitel 2). Resultatet för 2025 visar att 59 procent av allmänheten och 74 procent av lärarna anser att UR:s utbud speglar mångfalden av människor i Sverige.

Definition och mål

UR:s definition av mångfald och spegling tar hänsyn till flera aspekter: kön, svensk/utländsk bakgrund, regional spegling, socioekonomisk bakgrund, utbildningsnivå, religiös tro/livsåskådning, kulturell identifikation, nationella minoriteter, funktionsnedsättning/-variation, sexuell orientering/identitet och ålder.

För att UR ska vara en relevant medieaktör för hela landet och den varierade befolkningen är det viktigt att människor med olika erfarenheter och perspektiv syns och hörs i programmen och är delaktiga i att producera dem. Eftersom mångfald är ett begrepp som förändras i takt med att samhället förändras kan nya betydelser inkluderas allt eftersom.

UR:s speglingsstrategi innehåller mål som fokuserar på både geografisk och demografisk spegling och mäter det egenproducerade programutbudet (inklusive produktionsutlägg). Målen baseras bland annat på statistik från Statistiska centralbyrån över hur stor andel av befolkningen som till exempel har en funktionsnedsättning.

För att spegla hela landet har UR som mål att under ett år spela in material från Sveriges alla 21 län vid minst två tillfällen per län. Ett annat mål är att det ska råda balans vad gäller könsfördelningen (+/- 10 procent) bland medverkande.

Ett tredje mål är att andelen medverkande med funktionsnedsättning/-variation ska uppgå till 10 procent (+/- 5 procent) och ett fjärde mål är att andelen medverkande med utomeuropeisk bakgrund ska uppgå till 17 procent (+/- 5 procent). Målen mäts årligen och alla programprojekt redovisar löpande in fördelningen av medverkande utifrån de uppsatta målen.

Mångfald och spegling i programproduktion

För att systematiskt arbeta med att alla projekt tar hänsyn till mångfald och spegling ska varje programprojekt/redaktion göra en plan för arbetet med stöd utifrån en checklista. Syftet är att kunna göra medvetna val om vilka perspektiv som lyfts, vem som tillåts att vara berättare, vilka som synliggörs i produktionerna och i vilka roller. UR eftersträvar också att undvika framställningar som förstärker stereotyper. UR producerar program både för, med och om olika grupper som vanligtvis är underrepresenterade i medierna. För att säkerställa ett relevant innehåll arbetar UR strukturerat med dialoger och inkludering i programprocessen, till exempel med referensgrupper som bistår med sakkunskap.

Ett exempel på det är arbetet med programserien *Se på mig!* (gymnasium) som produceras i samarbete med teckenspråkiga ungdomar och vuxna om frågor som är viktiga för dem. Utifrån kunskap om och dialog med målgruppen och om dess behov utformas programmen så att teckenspråkigas berättelser framställs utifrån deras upplevelser. Genom en sådan produktionsprocess kan stereotypa bilder och berättelser undvikas och innehållet kvalitets-säkras. Detta bidrar till autentiskt berättande, ökad trovärdighet, kvalitet och relevans. UR har under hela processen fullt ut ansvaret för innehållet och

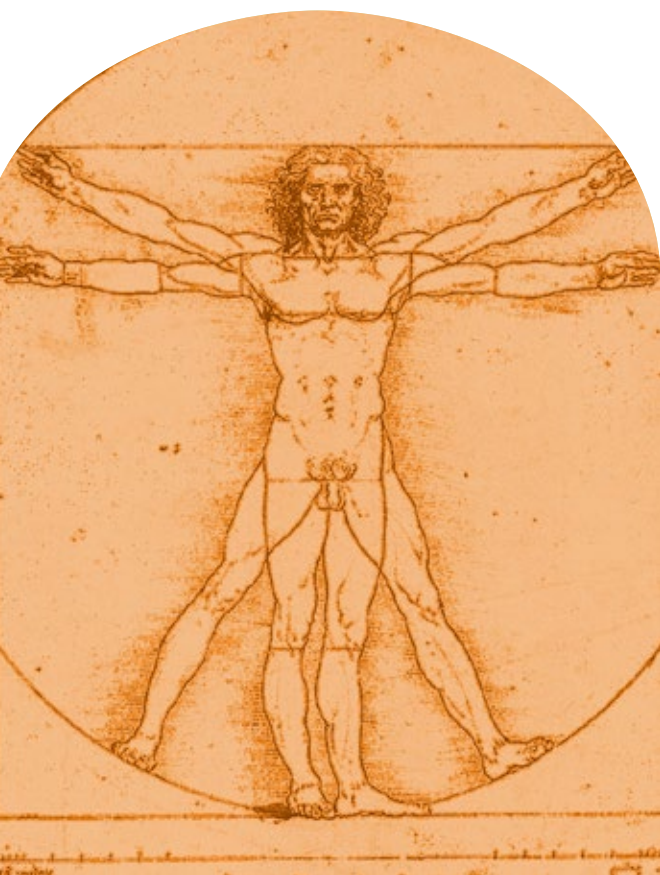


ILLUSTRATION: LEONARDO DA VINCI/PUBLIC DOMAIN/WIKIMEDIA COMMONS

I Bildningsbyrån – tänka mot strömmen skildras historiska personer genom tiderna som utmanat sin samtid och förändrat historien. **Leonardo da Vinci – geniet som aldrig blev klar** (folkhögskola/studieförbund) är en av dessa personer.



säkrar de grundläggande public service-värdena, som oberoende, opartiskhet och saklighet.

Vad som är viktigt och hur spegling och mångfald betonas kan skifta mellan redaktioner och produktioner beroende på målgrupp och ämnesval.

Att mäta spegling och mångfald

För att ta reda på hur programutbudet speglar hela landet och den variation som finns i befolkningen har UR utvecklat en intern mätning som syftar till att kartlägga hur arbetet med interna produktioner och produktionsutlägg bedrivs ur ett mångfalds- och speglingsperspektiv och hur det arbetet påverkar de enskilda redaktionerna och programutbudet.

Mätningen tar fasta på spegling utifrån antal representerade personer ur ett tittar- och lyssnarperspektiv. De medverkande följs upp utifrån bland annat kön, funktionsnedsättning/-variation och etnisk mångfald.

En del av UR:s utbud består av inköpta program från andra delar av världen. Vid programinköp på en internationell marknad behöver fler faktorer utöver jämställdhet och mångfald vägas in, såsom

ämne, produktionens kvalitet, målgrupp, aktualitet etcetera. Detta gör det svårare att både prioritera och påverka kriterier som till exempel balans mellan könen i val av inköp. Därför har UR beslutat att mäta spegling genom UR:s egenproduktioner (inklusive produktionsutlägg) eftersom UR i dessa kan utveckla och påverka arbetet med spegling och mångfald.

Resultat speglingsmätning 2025

Under 2025 har alla egenproduktioner (inklusive produktionsutlägg) ingått i den interna speglingsmätningen. Resultaten visar att det finns en fortsatt hög medvetenhet på redaktionerna vad gäller jämställdhet, mångfald och spegling som utgångspunkter i varje programproduktion. Balansen mellan medverkande kvinnor och män är jämn (48–52) Andelen medverkande med funktionsnedsättning/-variation är sju procent och andelen medverkande med utomeuropeisk bakgrund är 19 procent. UR har dessutom uppnått det geografiska målet att spela in material i landets alla 21 län minst två gånger under året och har därmed uppnått alla målen för 2025. •

Sportjournalisten Marcus Leifby ger sig i *Leifbys läsresa* (folkbildning) ut på en personlig och nyfiken resa i litteraturens spår. Han möter människor som på olika sätt har hittat in i läsningens värld – från tysta bokcirklar och antikvariat till en livs levande poet.



Radiodramat ***Influencerbarnet*** (åk 4–9) handlar om 12-åriga Cleo som växer upp i en influencerfamilj men en dag bestämmer sig för att hoppa av. Serien är ett perfekt underlag för att diskutera sociala medier och influencerkultur och hur dessa påverkar oss. Serien vann Prix Europa i kategorin Best European Audio Fiction Series of the Year 2025.

Villkor som kapitel 6 svarar på:

- Sändningstillstånd 8, 10–13 §§
- Medelsvillkor 13, 19–20
- Läs mer i bilaga 9.5 Sändningsvillkor för UR och 9.6 Medelsvillkor för UR

6

Särskilda uppdrag och målgrupper

UR har som enda public service-bolag ett utbildningsuppdrag – att producera, sända och tillhandahålla radio- och tv-program inom utbildningsområdet. Det innebär att programmen alltid har ett lärande syfte, oavsett om de riktar sig till barn, unga eller vuxna, till breda eller smala målgrupper. UR bidrar till kunskap och lärande för alla.

UR:s vision är att genom programutbudet bidra med kunskap för livet för både breda målgrupper och smalare målgrupper med specifika behov. UR vill genom programmen beröra och spegla hela Sverige med det övergripande målet att göra skillnad i kunskap och lärande för den enskilde. Tillgång till oberoende och faktabaserad kunskap är avgörande för att kunna fatta välgrundade och självständiga beslut och för att fullt ut kunna delta i samhället och nyttja sina demokratiska rättigheter. Kort sagt, kunskap lägger grunden för det demokratiska samhället. Här bidrar UR med kunskapsstärkande och utbildande program för alla åldrar, i hela landet.

6.1 Utveckling av utbildningsuppdraget

UR har i uppdrag att utveckla och vidga sitt utbildningsutbud. UR tolkar detta uppdrag som att fortsätta utveckla pedagogiska produktioner av hög kvalitet och nyskapande form och innehåll. Varken utveckling eller att vidga utbudet kan likställas med volymökning, utan kan avse utveckling av programformat och innehåll utifrån olika målgruppers kunskapsbehov och medieanvändning i syfte att skapa ett relevant programutbud.

Under 2025 har UR bland annat utvecklat dramaserier, nyheter för unga och ett läsfrämjande programutbud för såväl barn och unga som vuxna.

Behoven styr

Utifrån givna ekonomiska ramar måste UR alltid prioritera bland identifierade kunskapsbehov. Det innebär till exempel att större satsningar endast kan göras mot en eller ett par målgrupper åt gången. Det innebär också att programserier som inte svarar upp mot behov och förväntningar hos användarna väljs bort. För UR handlar det om att hantera resurserna på ett ansvarsfullt sätt och UR strävar alltid efter att programmen ska ha effekt, det vill säga programmen ska användas och uppfattas som relevanta.

Det är genom att producera och tillhandahålla ett relevant utbud som förtroende skapas och upprätthålls.

Målet med att utveckla utbildningsutbudet är att det på ett ännu bättre och tydligare sätt motsvarar de behov, kopplade till kurs- och läroplaner, som finns inom utbildningsväsendet. Till exempel vilar alla de utbildningsprogram som riktar sig till barn och unga på pedagogiska metoder som även stöttar ►

6. Särskilda uppdrag och målgrupper

de elever som av olika skäl har svårt att nå kunskapsmålen. Det gör att produktionen av program som till exempel *Mattemacken* (åk F–3) och *Skrivbolaget* (åk 4–6) kräver stora resurser för att säkerställa att de tillgodoser många olika behov, men också för att programmen ska ha lång hållbarhet för användning och relevans för målgruppen. Satsningarna på fördjupad pedagogisk grund och dialog lönar sig. Såväl *Livet i Bokstavslandet* (tre säsonger) som *Bokstavshissen* (en säsong) är fortfarande, tolv respektive sju år efter premiärsändningarna, några av de mest använda programmen i UR:s programutbud. Under 2025 har UR därför vidareutvecklat *Bokstavshissen* till *Mattehissen* (åk F–3, åk F–4 specialskolan) som har premiär under våren 2026.

Till de flesta program som produceras för grund- och gymnasieskolan producerar UR även lärarhandledningar som stöd till lärare med förslag på hur de kan använda programmen i undervisningen. Detta för att ytterligare öka effekten av det lärande inslaget i programutbudet.

För de många och de få

Effekt mäts inte alltid bäst genom det totala antalet användare, minst lika viktigt är den lärandeffekt ett program har oavsett storlek på målgruppen. UR producerar flera program där uppdraget är att tillgodose ett utbildningsbehov hos en liten grupp med specifika behov och där resultatet måste ses som den nytta programutbudet åstadkommer i målgruppen. Det är ett tydligt public service-uppdrag att utifrån smala men viktiga behov producera program som ingen annan gör. Ett sådant exempel är *Lilla Aktuellt teckenspråk* (åk 4–6), som tar upp veckans viktigaste händelser och vänder sig till döva barn som tittar i

klassrummet. Programmet har stor användning i målgruppen och *Lilla Aktuellt teckenspråk* är unikt i sitt slag både i Sverige och i världen i det att alla inslag produceras på teckenspråk. Hur *UR Teckenspråk* arbetar och utvecklar program går att läsa mer om i kapitel 6.7.

Minska kunskapsklyftorna – nå kunskapsmålen

För att bidra till att minska kunskapsklyftorna i samhället producerar UR kontinuerligt ett programutbud kopplat till skolämnen med fokus på att stötta elever att nå kunskapsmålen. Under 2025 har till exempel *NO naturligtvis* (åk 4–6) fått ytterligare episoder liksom *Matteväktarna – Ett och Två kör* (åk F–4).

Att kunna läsa är grunden för all kunskapsinhämtning. UR har därför en viktig roll för att öka barns läslust och läsförmåga och producerar kontinuerligt program för alla årskurser i grundskolan. Under 2025 sändes till exempel fjärde säsongen av *Läsa med* (åk F–3). Varje berättelse är inläst i ett lugnt tempo där texten skrivs i bild och stöds av illustrationer. Även tv-serien *Lässugen* (åk F–3) fick en fjärde säsong. Liksom tidigare säsonger är det kända svenskar som läser högt för barn med syfte att väcka lust till läsning och kärlek till böcker. För fler programexempel, se kapitel 6.2.

Under 2025 har UR satsat på att öka läslusten inte bara för barn i grundskolan utan även för vuxna. Folkbildande programserier som *Leifbys läsresa*, *Poeter och analfabeter* samt *Dicklit* lyfter läsning och vad läsningen kan tillföra för en vuxen målgrupp, med särskilt fokus på män och mäns läsning.

Under 2025 utvecklade UR även *Pluggtipset* (åk 4–6) – ett yngre ”syskon” till *Orka plugga*. Precis som *Orka plugga* är *Pluggtipset* utformat för att eleverna ska kunna hitta praktiska tips och strategier för att göra skolarbetet både lättare och roligare. Till exempel ges tips och knep för att minnas bättre, hur man pluggar inför prov eller hittar motivation till att plugga.

För de äldre eleverna har UR:s Youtube-kanal *Orka plugga* under 2025 fortsatt att producera ett innehåll som ger tips och strategier för hur elever i högstadiet bättre kan ta sig an skolarbetet. *Orka plugga* produceras i tät dialog med unga över hela landet. Den mest visade videon under 2025 var *Källkritik – 5 råd för att hindra ryktesspridning* som hade stor användning kopplat till skolattentatet i Örebro. Redaktionen producerade även videon *Vad menas med inrymning?* som också var en av de fem mest visade. För *Orka Plugga*-användarna fungerar Youtube-kanalen som en programbank där flera äldre inslag används lika ofta som nyare innehåll. I december 2025 fanns 467 videoklipp upplagda på Youtube, liksom på UR Play.



Tyra och Tom hamnar ofta i kniviga situationer som har med källkritik, nätvet och skärm att göra. I *Skärmtid med Tyra och Tom* (åk F–3) tittar en barnpanel på dramat om syskonparet och diskuterar utifrån egna erfarenheter och tankar. Hur skulle de själva agera?

FOTO: SIMON SMÅRS



FOTO: ART&BOB

Folkbildningens organisationer

En del av att utveckla och vidga utbildningsuppdraget handlar om att skapa ett relevant utbud som blir använt inom den organiserade folkbildningen. Under 2025 har flera redaktioner arbetat med att utveckla dialog och samverkan med folkbildningens organisationer för att på olika sätt underlätta användningen av programmen. Till exempel har UR, efter dialog med målgruppen, producerat serien *Sverige, krisen och jag* (folkhögskola/studieförbund) där programledaren Kristoffer Ahonen Appelquist reser runt i Sverige för att söka svar på hur beredskapen för oroande framtidsscenarion ser ut. Även UR:s långkörare *Bildningsbyrån – tänka mot strömmen* produceras för målgruppen. För folkhögskolans allmänna linje har UR tillsammans med Sveriges Radio och SVT även utvecklat en version av *Fria ordet* som kommer att börja sändas under våren 2026.

Ny i Sverige

Språket är nyckeln för elever att klara kunskapsmålen i skolan. Att erövra språket i ett nytt hemland är också nyckeln till att kunna sätta ord på känslor och upplevelser och att hitta sin nya plats i vardagen. *Hej Sverige*-kanalen är en enkel guide till hur Sverige fungerar och ger en grund i svenska språket. Redaktionen för också dialog med nyanlända om olika utmaningar i vardagen. Under 2025 togs flera nya programformat fram för användning inom sfi-undervisningen (svenska för invandrare). Ett exempel är *En oväntad arbetsplats* där tittaren får följa Mehdi som oväntat blir av med sitt jobb samtidigt som han behöver ett jobb för att få behålla

sitt uppehållstillstånd. *Hej Sverige – kunskapsdrama* är en serie kortfilmer som utspelar sig i vardagen och berör ämnen som kärlek, oro och mod. Filmerna är tänkta att stimulera såväl språkutveckling som vardagskunskap. Även den animerade serien *Grannar*, som under 2025 fick en andra säsong, fokuserar på vardagens utmaningar och händelser. Tittarna får lära känna ett antal karaktärer som alla bor i samma hus och har olika förhållningssätt till det mesta. Det finns mycket att samtala om efter varje episod.

MIK

Medie- och informationskunnighet (MIK) är intimt förknippat med möjligheten att förstå och använda olika digitala medier. I takt med digitaliseringen blir MIK en allt viktigare kompetens för att kunna sortera och värdera information. Med AI:s intåg har detta blivit allt viktigare men också svårare. UR har under lång tid producerat program för grund- och gymnasieskola, folkhögskola/studieförbund och allmänheten för att stärka medie- och informationskunnigheten.

Under 2025 sände och publicerade UR bland annat *Skärmtid med Tyra och Tom* (åk F–3) där korta, dramatiserade dilemman kring källkritik, nätvet och skärm skapar identifikation och väcker barns intresse för medie- och informationskunnighet. För den vuxna publiken fokuserade säsong två av *Vem ska jag tro på?* på hur AI påverkar medierna, samhället och demokratin. Och i *Folkets AI* (folkbildning) undersöks hur AI ser ut och används i vardagen.

UR har, tillsammans med Sveriges Radio, SVT och lokala tidningsredaktioner, under 2025 fortsatt ►

I Mitt nya land (sfi, komvux) skildras vännerna Hawa och Abbas som är nyinflyttade i en mindre stad i Sverige. Möten med olika människor öppnar upp dörrar som de inte trodde var möjliga. På picknick med Gun får Abbas reda på varför Gun inte har några barn.

6. Särskilda uppdrag och målgrupper

att sända *Fria ordets dag*, ett digitalt evenemang för elever i årskurs 6 där de kan interagera med programledarna under sändningen. I mötet med eleverna tas begrepp som yttrandefrihet och public service upp liksom journalistikens roll i demokratier samt vikten av att förhålla sig källkritiskt till all information, i synnerhet vad som skrivs på sociala medier. *Fria ordets dag* nådde under 2025 var tredje sjätteklassare i landet. Även en version för grundskolans årskurs 9, *Fria ordet*, sändes under 2025 och en version för folkhögskolan utvecklades för sändning år 2026.

Tillgängliggöra forskning

En del av uppdraget att utveckla och vidga utbildningsutbudet har varit UR:s produktion och tillgängliggörande av föreläsningar med koppling till högskolesektorn och forskningen. Detta har bidragit till högskolans tredje uppgift; att dela med sig av den kunskap som produceras vid landets högskolor och universitet. Då allt fler högskolor numera själva spelar in och tillgängliggör sina föreläsningar samt att användningen av de inspelade föreläsningarna på UR Play har sjunkit drastiskt har denna verksam-

"För att säkerställa att programmen förmedlas på barns och ungas egna villkor arbetar UR med relationsbyggande och inkludering."

het upphört. Under 2025 har UR dock fortsatt att samverka med högskolor och universitet i landet med syfte att fortsatt bidra till högskolans tredje uppgift men i andra och nya programformat. Under 2025 har till exempel *Sverige forskar* (folkbildning) utvecklats vidare och allt fler episoder i serien har tillkommit, som även publiken har hittat till. Användningen av *Sverige forskar* på UR Play har ökat med cirka 35 procent och på Youtube har visningarna ökat med 20 procent. Denna förändring är ett exempel på hur UR ständigt utvecklar och anpassar programutbudet för att uppnå effekt, det vill säga att erbjuda ett innehåll som svarar upp mot identifierade behov hos en målgrupp. Det kan, som i detta exempel, även innebära att en viss typ av programproduktion upphör för att ersättas av annan. Det finns heller inga uppställda kvoter på hur stora eller små volymer UR ska producera för en viss målgrupp. Det är upp till UR, som självständigt och oberoende public service-företag, att avgöra hur programmedlen ska användas på ett ansvarsfullt sätt.

Utifrån tilldelade medel prioriterar UR därför mellan olika målgruppers kunskapsbehov. Det innebär att innehåll som har låg användning i förhållande till sin målgrupp, inte prioriteras.

UR vänder sig därför mot granskningsnämndens beslut att UR under 2024 endast delvis levtt upp till utbildningsuppdraget. UR anser att nämndens beslut grundar sig på en tolkning av villkorens innebörd som står i strid mot UR:s självständighet och oberoende.

Slutsatser

UR fokuserar, särskilt med hänsyn till att utveckla och vidga utbildningsuppdraget, på att producera utbildningsprogram som ger effekt inom utbildningsområdet. 71 procent av antalet förstasända program som UR producerar och tillgängliggör utgörs av utbildningsprogram. Många av utbildningsprogrammen är av pedagogiska och kognitiva skäl väsentligt kortare, framför allt program för barn och unga, än allmänt folkbildande program för en vuxen publik vilket gör att en jämförelse i total sändningsvolym (26 procent utbildningsprogram, 74 procent allmänt folkbildande) inte blir rättvisande. Resursmässigt lägger UR majoriteten av kostnaderna, 79,7 procent, på utbildningsutbudet (se tabell 7.2.2). UR anser därmed, och med hänvisning till ovan, att villkoret att utveckla och vidga utbildningsutbudet är uppfyllt.

6.2 Barn och unga

UR:s programverksamhet utgår från övertygelsen att alla har en medfödd lust att lära, och att barns och ungas kompetens både synliggörs och förstärks när de blir respektfullt bemötta. UR:s målsättning är att tala direkt med barn och unga kring frågor som rör deras liv. All produktion för de yngre målgrupperna utgår från en genuin nyfikenhet på barns och ungas situation.

UR producerar program som möter barns och ungas behov av kunskap, som lägger grunden inför skolstarten samt förstärker, breddar och kompletterar undervisning i skolans ämnen under hela grund- och gymnasieskolan. Syftet är att bidra till att alla barn och unga får möjlighet att nå kunskapsmålen i skolan men också att bidra med kunskap för livet. Att förstå samhället och sin samtid samt att kunna fatta välgrundade beslut utifrån förvärvad kunskap är en förutsättning för en levande demokrati.

Alla produktioner för barn och unga utgår från kunskapsbehov som UR identifierar utifrån omvärldsanalyser samt dialog med skolan och unga målgrupper. UR:s produktionsprocess omfattar samverkan med pedagogiska, vetenskapliga och målgruppsnära referensgrupper för att säkerställa att programmen stödjer kunskapsmål och inlärning samt har ett tilltal som fångar målgruppen.

För att säkerställa att programmen förmedlas

på barns och ungas egna villkor arbetar UR med relationsbyggande och inkludering. UR har dialog med barn och unga både innan, under och efter programproduktionen. De inbjuds att delta i tester, utvärderingar och referensgrupper kring programmen. På så sätt försäkras sig UR om att såväl innehåll som format upplevs som relevant hos barn och unga.

Hur programutbudet för barn och unga 2025 fördelade sig på sändningar i radio och tv samt webbexklusiv publicering framgår av tabellerna 6.2.1 och 6.2.2.

Totalt sände och publicerade UR 585 timmar radio och tv-program för barn och unga under 2025, varav 110 timmar publicerades exklusivt på webben.

Nyproduktion och egenproduktion

UR ska ha en omfattande nyproduktion och egenproduktion för barn och unga. Detta krav har tillkommit för att betona vikten av att public service-bolagen, till skillnad från kommersiella mediebolag, ska värna ett svenskproducerat utbud som stimulerar svenska språket.

Med nyproduktion avser UR förstasändningar oavsett produktionsform. I egenproduktion ingår vid uppfyllandet av detta villkor egenproducerade timmar liksom samproduktion och produktionsutlägg vilket innebär att de tre produktionsformerna¹ alla utgör egenproduktion. Detta då UR, i högre

Tabell 6.2.1 Radio-, tv- och webbexklusiva sändningar för barn och unga (timmar samt andel)

Målgrupp	Radio	Tv	Webbexklusivt	Totalt	Andel sändning	Andel webbex.	
Yngre barn	37	147	8	192	96 %	4 %	2025
Äldre barn	27	125	16	168	90 %	10 %	
Unga	22	117	86	225	62 %	38 %	
Målgrupp	Radio	Tv	Webbexklusivt	Totalt	Andel sändning	Andel webbex.	
Yngre barn	39	146	14	199	93 %	7 %	2024
Äldre barn	22	128	21	171	88 %	12 %	
Unga	29	156	101	286	65 %	35 %	
Målgrupp	Radio	Tv	Webbexklusivt	Totalt	Andel sändning	Andel webbex.	
Yngre barn	39	145	14	198	93 %	7 %	2023
Äldre barn	26	133	11	170	94 %	6 %	
Unga	30	153	107	290	63 %	37 %	

Tabell 6.2.2 Radio-, tv-sändningar och webbexklusiva publiceringar för barn och unga fördelade på ämnen (timmar)

Målgrupp	Yngre barn			Äldre barn			Unga		
	Radio	TV	Webb	Radio	TV	Webb	Radio	TV	Webb
Estetiska ämnen	0,03	3,2							
Geografi och miljö	0,6	5,3			6,1				4,2
Historia och religion		6,0			12,5			8,5	1,1
Idrott och hälsa	0,1	3,5	1,2		0,1			15,7	1,6
Information och media		1,9			1,7	0,5		3,9	
Matematik		16,9			7,3	2,5			
Naturvetenskap, teknik och medicin	0,4	37,9	1,4		19,1	2,6		3,9	0,5
Pedagogik									1,0
Psykologi och filosofi									10,2
Samhälle och ekonomi		4,8			29,2	5,5		21,7	48,0
Värdegrund		11,8			4,3			2,0	
Språk									
Svenska	25,5	22,2	1,3	10,7	10,1	0,6			6,5
Svenska som andraspråk och sfi	1,3	1,7		4,7	1,8			2,6	
Moderna språk				1,4	11,8		12,3	25,5	
Modersmål och minoritetsspråk	8,7	27,6	4,1	9,9	21,1	3,6	9,6	32,9	12,7
Övrigt	0,6	4,0				0,9			
Totalt	37,2	146,8	8,0	26,7	125,1	16,2	21,9	116,7	85,8

¹ I tabellerna 3.2.1 och 3.2.2 redovisar UR fördelningen mellan olika produktionsformer utifrån sändningstillståndets 9 § UR ska verka för mångfald i programverksamheten genom en variation i produktionsformer. Detta villkor tar fasta på att vid sidan om en omfattande egenproduktion ska utläggningar, samarbetsprojekt och inköp av program bidra till denna variation och härigenom kan UR även bidra till en livskraftig produktionsmarknad.

6. Särskilda uppdrag och målgrupper

eller lägre grad, har ett betydande innehållsligt som publicistiskt inflytande på produktionerna samt äger rättigheterna.

Utifrån UR:s särskilda utbildnings- och folkbildningsuppdrag anser UR att en omfattande nyproduktion och egenproduktion uppnås genom att kostnadsandelen för programproduktion riktad mot barn och unga överstiger andelen för programproduktion riktad mot högskola, folkhögskola och studieförbund, samt allmän folkbildning. Kostnadsandelen för produktion för barn och unga 2025 uppgick till 66,4 procent. UR anser därmed att villkoret om omfattande nyproduktion och egenproduktion för barn och unga är uppfyllt. Fördelningen av nyproduktion och egenproduktion per radio och tv för barn och unga framgår av tabell 6.2.3.

Programutbud för barn

Med programutbud för barn avser UR det utbud som riktar sig mot förskola samt grundskolans årskurser F-3 och 4-6.

Svenska språket är ett av UR:s fokusområden i programverksamheten för barn. Därför har UR under 2025 producerat en större satsning på språkstärkande utbud där läs- och skrivkunnsighet står i centrum. Säsong fyra av tv-serien *Läsa med* (åk F-3) har fokus på att stötta den tidiga läsutvecklingen. Varje bok är inläst i ett lugnt tempo där texten skrivs ut stavelse för stavelse. Även den populära tv-serien *Lässugen* (åk F-3) fick en fjärde säsong där tittaren möter 6-åriga Bella som har en magisk vind. När hon blir sugen på att höra en saga trollar hon fram

na någon som kan läsa för henne. Hanna Dorsin, Meira Omar, Robert Gustafsson och flera andra välkända svenskar läser högt för Bella ur våra bästa barnböcker. *Lässugen* är en språkstärkande serie som passar extra bra när man är på väg att knäcka läskoden.

I nya tv-serien *Skriv!* (åk F-3) uppmuntras barn på ett underhållande sätt till att skriva egna berättelser. Skönlitterära genrer, dramaturgiska knep och strategier utforskas på ett handfast och lekfullt sätt tillsammans med författaren B. Strindberg, i sin skrivarlja, och Tilja, som håller till i fantasin.

I två nya tv-serier diskuterar barn 8-12 år böcker och läsning. I *Mitt bästa boktips* (åk 4-6) tipsar barn om sina favoritböcker, vilket ger läsinspiration. Serien speglar olika intressen och läsnivåer. I *Boksnack* (åk 4-6) utforskar programledaren Ida On och ett gäng barn olika teman, karaktärer och genrer. Varje avsnitt bjuder dessutom på en kreativ utmaning kopplad till bokens tema.

I *Ben Rangel's bokstavsklubb* (förskola) har Ben Rangel från *Tripp, Trapp, Träd* byggt en scen, ett dansgolv – och alfabetet! Varje vokal får sin egen hyllning i den här serien som lär ut att bokstäver både har en form och ett ljud. Programmets lärarhandledning tipsar om hur barnen kan dansa bokstavsdansstopp i förskolan och leta efter vokaler i barnens namn.

Under 2025 har UR även satsat på en rad program som förstärker undervisning i och stimulerar intresse för de naturvetenskapliga ämnena. I *Räkna med Djuren på Djuris* (förskola) skapas nyfikenhet för matematik på ett lustfyllt sätt. Tv-serien *Tripp och Trapp testar fysik* (förskolan) inspirerar till att

Tabell 6.2.3 Egenproduktion och nyproduktion för barn och unga i radio och tv (timmar)

Målgrupp	Radio		Tv		Webb		
	Nyproduktion	Egenproduktion	Nyproduktion	Egenproduktion	Nyproduktion	Egenproduktion	
Barn	27	26	107	80	24	22	2025
Unga	14	14	36	20	86	79	
Totalt	41	40	143	100	110	101	

Målgrupp	Radio		Tv		Webb		
	Nyproduktion	Egenproduktion	Nyproduktion	Egenproduktion	Nyproduktion	Egenproduktion	
Barn	27	26	109	87	35	33	2024
Unga	16	16	50	35	101	81	
Totalt	43	42	159	122	136	114	

Målgrupp	Radio		Tv		Webb		
	Nyproduktion	Egenproduktion	Nyproduktion	Egenproduktion	Nyproduktion	Egenproduktion	
Barn	43	43	102	90	25	13	2023
Unga	24	24	31	20	107	69	
Totalt	67	67	133	110	132	83	

UR har under 2025 sammanlagt sänt och publicerat 294 timmar nyproduktion varav 110 timmar webbexklusivt (37 procent) och 184 timmar (63 procent) i marknätet. UR har under 2025 sammanlagt sänt och publicerat 241 timmar egenproduktion varav 101 timmar (42 procent) webbexklusivt och 140 timmar (58 procent) i marknätet. UR anser därmed att innehållsvillkoret i 10 § om att UR ska ha en omfattande nyproduktion och egenproduktion av program för barn och unga huvudsakligen har uppfyllts i marknätet.



undersöka vad fysik kan vara i lek och vardagliga händelser. Tv-serien *Vi förklarar kemi* (åk 4–6) ger kunskap om kemiska processer och materiens egenskaper. Och nya avsnitt i tv-serien *NO naturligtvis* (åk 4–6) går igenom det centrala innehållet i ämnena kemi och fysik på ett enkelt och roligt sätt. Tv-serien *Extremmatte* (åk 4–6) skapar förståelse och intresse för matematik genom stora, galna, oväntade och knasiga utmaningar. Programledaren demonstrerar en hundradel och en tiondel med hjälp av en gigantisk mur av hundra flyttkartonger, undersöker hur långt man kan åka berg- och dalbana på en timme och tar reda på hur många fläckar en kossa har i median och medelvärde. Serien *Vetenskapliga segrar* (åk 4–6) är en rad korta tv-dokumentärer som visar hur forskning och vetenskapliga metoder är några av människans bästa verktyg för att lösa utmaningar och problem vi ställs inför.

Programutbud för unga

Med unga avser UR elever i grundskolans årskurser 7–9 samt gymnasieskolan.

Flera undersökningar visar att unga mår allt sämre och det finns ett stort behov bland unga att få svar på frågor om psykisk ohälsa. Därför har UR under 2025 prioriterat nytt programutbud för unga som rör psykologi, psykisk hälsa och mörka tankar.

Dramaserien *Alla andra kan dra åt helvete* (gymnasium) fokuserar på unga mäns psykiska ohälsa och på att hitta sin plats i en värld som känns meningslös. Dokumentären *Drömmen om en vardag* (gymnasium) följer hemlösa ungdomar i Finland med en vardag präglad av otrygghet och missbruk.

Vilka förutsättningar har människor som upplevt en rörig barndom, våld och drogberoende att leva ett helt vanligt liv? Radioserien *Upptäck psykologi* (gymnasium) utforskar olika psykologiska tillstånd genom dramatiserade berättelser och expertkommentarer som förklarar och fördjupar. Serien belyser mänskliga tankar, känslor och beteenden i olika sociala sammanhang, så att elever kan reflektera över och förstå både sig själva och andra samt skillnaden mellan motgångar i vardagslivet och olika kliniska tillstånd. Serien utgår ifrån centrala begrepp i ämnesplanen för psykologi i läroplanen för gymnasiet. I tv-serien *Allt om döden* (åk 7–9) möter tittarna människor som på olika sätt har kommit i kontakt med döden. Serien tar sig an döden utifrån olika kunskapsområden som psykologi, religion, biologi och samhällsvetenskap. Experter och personer med egna erfarenheter svarar på högstadieelevers frågor om döden.

Samtal om identitet, relationer och sex är livsviktiga för unga. Tv-serien *66 frågor om sex* (åk 7–9) ger svar på vanliga frågor om sex, kroppen, samtycke och sexuell identitet. Vad händer i kroppen när man får orgasm och hur känns det? Hur har man sex första gången? Sexologer och sexualupplysare ger raka och tydliga svar. I vodden och radioserien *Vad säger ni grabbar?* (gymnasium) pratar unga killar om aktuella teman kring hur det är att vara ung man i dag. Under 2025 publicerade UR två nya säsonger och utvecklade parallellt *Vad säger ni tjejer?* (gymnasium) som även den finns som vodd och radioserie. Fyra tjejer diskuterar vad det innebär att vara ung kvinna i dagens samhälle och tittar närmare på teman som soft girls, kroppshat, att bli mobbad eller att mobba. ►

Alla andra kan dra åt helvete (gymnasium) är en dramaserie om unga mäns psykiska ohälsa och att hitta sin plats i en värld som känns alltmer meningslös. När introverta Ossian lär känna Liam öppnar sig en värld av fester, vänskap och gränsöverskridande upptåg.

6. Särskilda uppdrag och målgrupper

6.3 Nyheter och fakta

UR har i uppdrag att förmedla nyheter och fakta på barns och ungas egna villkor (se tabell 6.3.1).

UR producerar, tillsammans med SVT, nyhetsprogrammet *Lilla Aktuellt skola* (åk 4–6) för barn i mellanstadiet. Nyhetsprogrammet tar upp veckans viktigaste händelser och vänder sig till elever som tittar på programmet tillsammans i klassrummet. *Lilla Aktuellt skola* har under 2025 förklarat stora händelser i Sverige och världen så att barn förstår och känner sig delaktiga i samtalet. *Mediesnacket* (åk 4–6) är både ett fristående format och en del av *Lilla Aktuellt skola* och handlar om mediefördjupning på olika sätt, som källkritik och källkoll, hur medier arbetar, vad som är sant och falskt, och om mediers roll i samhället.

UR producerar också *Lilla Aktuellt teckenspråk* (åk 4–6, specialskolan åk 5–7) som tar upp veckans viktigaste händelser på teckenspråk. Läs mer om *Lilla Aktuellt teckenspråk* i kapitel 6.7.

Under 2025 har UR, tillsammans med SVT, lanserat ett nytt nyhetskoncept för unga – *Nyhetskoll* (åk 7–9 och gymnasium). Se vidare under kapitel 6.5.

En del av UR:s nyhetsutbud utgörs av språkprogram. De ger lärare i moderna språk och engelska tillgång till relevant innehåll som stöttar engagerande samtal i klassrummet utifrån aktuella händelser i hela världen. På spanska tillgängliggör UR *¿Qué pasa? fácil* (åk 7–9) och *¿Qué pasa?* (gymnasium). På engelska *Newsreel easy* (åk 4–6), *Newsreel* (åk 7–9) och *Newsreel World* (gymnasium). På franska publicerar UR *Nouvelles en français facile* (åk 7–9) och *Nouvelles en français* (gymnasium). På tyska *Nachrichten auf Deutsch leicht* (åk 7–9) och *Nachrichten auf Deutsch* (gymnasium).

Tabell 6.3.1 Nyheter för barn och unga i radio och tv samt webbexklusiva publiceringar (timmar)

Målgrupp	2025			
	Radio	Tv	Webb	Totalt
Barn	1,4	22,8	0,5	24,7
Unga	13,6		11,2	24,8
Totalt	15,0	22,8	11,7	49,5

Målgrupp	2024			
	Radio	Tv	Webb	Totalt
Barn	1,4	22,8	0,5	24,7
Unga	15,2		9,1	24,3
Totalt	16,6	22,8	9,6	49,0

Målgrupp	2023			
	Radio	Tv	Webb	Totalt
Barn	1,4	28,2		29,6
Unga	15,2		15,4	30,6
Totalt	16,6	28,2	15,4	60,2

Den medievärld barn och unga växer upp i förutsätter goda kunskaper i medie- och informationskunnighet (MIK) för att kunna göra rimliga bedömningar av vad som är sant eller falskt, och förstå riskerna med ryktesspridning i olika informationskanaler. UR producerar kontinuerligt program som lägger grunden för att kunna navigera i informationsflödet och som stärker kunskaper kring såväl etablerade som sociala medier och deras olika roller. Under 2025 har UR publicerat tv-serien *Skärmtid med Tyra och Tom* (åk F–3) som följer två syskon som hamnar i kniviga situationer som har med källkritik, nätvet och skärm att göra. En barnpanel tittar på dramat och diskuterar sedan utifrån egna erfarenheter och tankar. Läraren och nätecksperten Karin Nygårds förklarar och ger verktyg till hur man kan agera och resonera när man hamnar i de här situationerna.

Radioserien *Influencerbarnet* (åk 4–6) är en dramaserie om 12-åriga Cleo som växer upp i en influencerfamilj. En dag börjar hon ifrågasätta sin roll i rampluset och bestämmer sig för att hoppa av. Med hjälp av en advokat stämmer hon sina egna föräldrar för olaga integritetsintrång. *Influencerbarnet*, som vann det prestigefulla priset Prix Europa, är ett engagerande drama och ett utmärkt underlag för att diskutera sociala medier och dagens influencerkultur.

Tv-serien *Falska nyheter – USA under Trump* (gymnasium) hjälper unga att bättre förstå nyhetsrapportering och förbättra sina kunskaper i källkritik samt att utveckla sin källtillit kopplat till den politiska utvecklingen i USA. USA:s president påverkar politiken, konflikterna och ekonomin på global nivå. Men hur ska vi tolka all information som sprids och vilken påverkan har desinformation och propaganda på demokratin? Podden *Allt är en konspiration* (gymnasium) belyser de psykologiska mekanismer som får människor att tro på konspirationsteorier. Vad var det som drev Qanons anhängare att storma USA:s kongress? Vad ligger bakom tron på att jorden är platt – när all vetenskap visar på motsatsen? Och vad är det som gör att vissa tror att världen styrs av ödlemänniskor?

6.4 Kulturella och konstnärliga upplevelser för barn och unga

UR ska erbjuda ett varierat utbud av program för och med barn och unga, som förmedlar kulturella och konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen.

UR:s pedagogiska programutbud för barn och unga bidrar till svensk barn- och ungdomskultur. UR:s pedagogiska dramatsuccéer används i klassrummen år efter år och skapar gemensamma upplevelser och referenser för generationer av barn och

unga. Genom att UR:s utbud används i klassrum runt om i Sverige når det också fram till alla, oavsett bakgrund, och skapar en möjlighet att låta barn och unga ta del av olika konstnärliga och kulturella uttryck som de kanske annars inte hade mött.

Under 2025 har UR satsat på en rad dramaserier med originalskrivna manus, för barn och unga. *Lokes hemlighet* (åk F–3) kombinerar traditionellt skådespeleri med AI-animeringar. Under en fruktansvärd snöstorm får en vikingafamilj besök av en gammal gumma. Hon trollbinder familjen med historier om de mäktiga asagudarna. Men vem är gumman? Och har hon magiska krafter? *Lokes hemlighet* passar lika bra för fredagsmyset hemma i soffan som för undervisning om nordisk mytologi.

Dead man's dog (åk 4–6) är en dramaserie på engelska om vänskap, syskon, djur, mod och ansvar. Adam och Nick är två äventyrslystna kompisar som lever för nästa kick – att ta sig in på förbjudna platser och filma. I en gammal fabrik går ett upptåg snett och plötsligt handlar allt om liv och död.

Dramaserien *Alla andra kan dra åt helvete* (gymnasium) är en psykologisk thriller som följer Ossian, en introvert kille som blir vän med den utåtriktade Liam. När de hittar en gammal filmkamera med en skakig inspelning av en brinnande byggnad och en ung panikslagen man förändras allt. Genom parallella tidslinjer vävs dåtid och nutid samman och berättelsen utforskar hur psykisk ohälsa kan påverka unga män på olika sätt. En spännande dramaserie om vänskap, identitet, lojalitet och hemligheter.

Kortfilmsklubben (åk 7–9, gymnasium) är samlingsnamnet för kortfilmer i dramagenren på olika språk. De är tänkta att användas inom språkundervisningen i moderna språk, nationella minoritetsspråk och svenska som andraspråk. *Kortfilmsklubben* speglar möten mellan människor och tar upp de eviga frågorna: livet, döden och kärleken. Under 2025 har UR publicerat flera kortfilmer på bland annat romani, spanska, engelska, franska, italienska och svenska.

Tv-serien *Kulturkvarten* (gymnasium) skildrar personer som bär kulturen framåt. Under 2025 har UR publicerat *Kulturkvarten* på svenskt teckenspråk, finska och meänkieli. I korta avsnitt lyfts teater, hantverk, litteratur och andra kulturella uttryck på respektive språk. Och i tv-serien *I skapandet lever vårt arv* (gymnasium) berättar sex hantverkare och konstnärer från Tornedalen om sitt arbete. De vill föra det tornedalska arvet vidare genom det kreativa skapandet.

6.5 Utveckling av programverksamheten för äldre barn och unga

Enligt sändningstillståndet ska UR särskilt utveckla programverksamheten för äldre barn och unga. Att utveckla är enligt UR inte detsamma som att öka



FOTO: EVA EDSJÖ

produktions- eller sändningsvolym. UR definierar det i stället som ett kontinuerligt och målmedvetet arbete med att utforska behov och medievänor hos äldre barn och unga för att därefter utveckla innehåll och programformat som är relevanta för målgrupperna.

I slutet av januari 2025 lanserade UR och SVT den gemensamma nyhetssatsningen *Nyhetskoll* (åk 7–9, gymnasium) för unga. I en tid då unga alltmer undviker traditionella nyhetskanaler har *Nyhetskoll* på bara ett år lyckats etablera sig som en av Sveriges största nyhetsskällor för unga.

Varje vecka publiceras *Nyhetskoll – veckan* (åk 7–9 och gymnasium) på UR Play och når omkring 100 000 högstadiel elever. Programmet tar upp aktuella och förklarande inslag av veckans viktigaste nyheter, med ett tilltal som passar tonåringar. En del av *Nyhetskoll*, som också fungerar som fristående format, är *Nyhetskoll – fördjupning* som går på djupet kring de största samhällshändelserna och trenderna med ungas perspektiv i fokus. Här ryms även frågor om fake news, AI och källkritik.

Lärare i högstadiet och gymnasiet har länge efterfrågat ett nyhetsprogram anpassat för unga och *Nyhetskoll* är väl använt i klassrummen, men också på sociala medier som dagligen uppdateras. Redaktionen arbetar nära målgruppen för att förstå hur unga tar till sig nyheter och utvecklar kontinuerligt innehållet. *Nyhetskoll* har blivit en nyhetsbro mellan den vuxna världen och tonåringarnas verklighet, samtidigt som det ger ett konkret stöd för lärare som vill arbeta med nyheter i undervisningen.

Samtalsklimatet i skolorna har hårdnat och UR har identifierat stort behov av programutbud som låter elever träna på att se nutidsfrågor ur

Varje vecka presenterar **Lilla Aktuellt skola** (åk 4–6) veckans viktigaste händelser för elever i mellanstadiet.



Genom mina ögon (åk 7–9) är en dramaserie som kretsar kring två familjer där händelser, dilemman och relationer skildras ur olika personers perspektiv. Varje historia berättas genom tre filmer där syftet är att leva sig in i huvudpersonens upplevelse.

olika perspektiv. *Genom mina ögon* (åk 7–9) är ett kunskapsdrama som kretsar kring två familjer där händelser, dilemman och relationer skildras ur olika personers perspektiv där varje historia berättas genom tre filmer. Syftet är att tittaren ska leva sig in i olika huvudpersoners upplevelse. Dramaserien lämnar såväl förenklingar som förklaringar till vad som är ”rätt och fel” därhän och utgår i stället från frågan om man kan förstå en händelse bättre genom någon annans ögon. Kunskapsdramat skildrar teman som religion, kropp och hälsa samt brott och straff.

Ett format som UR har satsat på under året är videopodcast, eller vodd (podd med rörlig bild) ett format som används allt mer bland äldre barn och unga. Voddarna *Vad säger ni grabbar?* (gymnasium) och *Vad säger ni tjejer?* (gymnasium) är exempel på denna genreutveckling. Flera av voddarna finns även tillgängliga som podd, det vill säga utan rörlig bild. Ett sådant exempel är *Tänk till – podden* (ung folkbildning). UR:s redaktion *Tänk till* riktar sig till målgruppen unga 16–20 år och fokuserar på unga utanför en skolkontext, på ungas livsvillkor och med aktuella frågor som rör ungas vardag. Redaktionen står i ständig dialog med målgruppen, och utifrån den dialogen utvecklar *Tänk till* ständigt nya format och nytt innehåll. Under 2025 producerades till exempel *Tänk till – min story* där unga personer berättar om avgörande händelser som har påverkat deras liv och familjer. Det har handlat om hedersvåld, hur cancerbesked har påverkat familjen och psykisk hälsa, och om övergrepp av en nära anhörig och familjens reaktioner. Ett annat nytt format är *3 sätt* som tar upp alltifrån hur det är att ha en fobi, hur man sexdebuterar eller tappar håret. Varje fråga tas upp på just tre sätt.

6.6 Kultur

UR ska erbjuda ett mångsidigt utbud som speglar de olika kulturer som finns i Sverige och innehåller program från olika delar av världen. I UR:s utbud finns därför ett stort antal program där tittare och lyssnare i alla målgrupper får ny kunskap om världen och får möta människor som är bärare av skiftande kulturuttryck.

Den historiska dokumentären *Göteborg öppen stad* (folkbildning) berättar om judars etablering i Göteborg under 1800-talet, och hur svensk och judisk kultur berikar varandra in i våra dagar.

Dokumentärserien *Norden med Simon Reeve* (folkbildning) tar tittaren med på en resa genom arktisk tundra, vidsträckta skogar och mäktiga fjordar. Syftet är att undersöka hemligheterna bakom världens lyckligaste och mest jämställda folk. Simon Reeve upptäcker snart att de nordiska länderna står inför flera utmaningar. Omställningen till grön energi i norra Sverige förändrar Lappland och hotar samtidigt den samiska kulturen. Den ökade spänningen mellan Ryssland och de nordiska länderna efter Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina är påtaglig. Sverige som är omtalat för sina sociala värderingar är också en stor vapenexportör och kämpar med våldsamma gängkrig. Och i Danmark har man hög tillit till varandra samtidigt som man infört den kontroversiella ”ghettolagen”.

I tv-serien *Mummos mat* (gymnasium) träffas två generationer sverigefinnar och lagar sverigefinsk mat tillsammans. Serien utforskar mattraditioner och ger kunskap om dess betydelse i samhället. Syftet med serien är att öka förståelsen för måltidens roll i att främja social gemenskap och utforska mattraditioner från olika kulturer.

Tv-serien *Unga renskötare* (gymnasium) följer fyra unga renskötare i deras vardag under ett år och ger en inblick i en unik livsstil, där naturen, familjen och framtidsdrömmar ibland krockar.

6.7 Tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning

För att nå önskad effekt måste UR:s utbud vara enkelt att hitta, funktionellt att använda och möjligt att sprida och dela. Tillgänglighet är mer än bara distribution och användarupplevelse, det handlar också om att möta olika målgruppers speciella behov, exempelvis syn- och teckenspråkstolkning eller olika former av språkstöd. Dessa olika målgrupper har sinsemellan särskilda och skiftande behov och är många gånger målgrupper som andra medieaktörer sällan riktar sig till specifikt. UR har i uppdrag att öka möjligheten för personer med funktionsnedsättning/-variation att ta del av UR:s utbud. För att lyckas krävs kontinuerlig dialog med berörda målgrupper samt kompetensutveckling hos medarbetarna.

Det långsiktiga målet är att UR:s hela utbud ska göras tillgängligt för alla, oavsett bakgrund, utbildningsnivå eller funktionsförmåga.

Krav på tillgänglighet

UR ska prioritera god hörbarhet, producera program för särskilda målgrupper samt ha en kontinuerlig dialog med de berörda målgrupperna för att säkerställa kvalitet och relevans. Tillgängligheten för barn och unga ska prioriteras. I fråga om program för och om personer med funktionsnedsättning får UR tillsammans med Sveriges Radio och SVT fördela ansvaret för olika insatser. En gemensam överenskommelse lämnades in till Kulturdepartementet den 3 december 2024 för 2025 års programverksamhet.

I ett särskilt regeringsbeslut med krav på tillgänglighet till tv-sändningar anges också särskilda kvoter som UR och SVT ska uppfylla avseende textning, uppläst text samt syn- och teckenspråkstolkning. Programbolagen har även krav på sig att program som har tillgängliggjorts genom teckenspråkstolkning samt syntolkning vid sändning i marknät, satellit eller tråd ska tillgängliggöras på motsvarande sätt vid tillhandahållande i beställ-tv. UR har uppfyllt detta villkor under 2025.

UR ska också verka för att syntolkning och uppläst undertext tillhandahålls genom ett ljudspår för avlyssning i separat enhet såsom en mobiltelefon eller läsplatta. Detta arbete implementerades under 2024 för ett begränsat antal program och vidareutvecklades under 2025 vilket gör att tjänsten finns tillgänglig för samtliga program som inte har svenska som språk.

Sändningarna i marknätet, via satellit och genom tråd har varit identiska vad gäller såväl innehåll som hur tillgänglighetstjänsterna (textning, teckenspråks- och syntolkning samt uppläst text) har visats och fungerat.

UR har genom fördelningen av syn- och teckenspråkstolkade program i SVT:s olika programtjänster beaktat målgruppernas olika behov på så sätt att barnprogram har sänts i SVT Barn och övriga program i SVT24 för att i möjligaste mån kunna sända dessa program parallellt med att det otolkade programmet sänds i SVT1 eller SVT2 (se tabell 6.7.1 och 6.7.2). Detta samplaneras med SVT löpande under året.

UR har som ambition att publicera både syn- och teckenspråkstolkade program på UR Play samtidigt som originalprogrammen publiceras. På så vis kan fler ta del av programmen samtidigt, oavsett behov. Under 2025 var det endast ett fåtal titlar som inte publicerades parallellt.

Tabell 6.7.1 Teckenspråkstolkade program per kanal samt webbexklusiva publiceringar i volym samt andel per kanal och webben, 2023–2025

Kanal	2023		2024		2025	
	Volym (timmar)	Andel (procent)	Volym (timmar)	Andel (procent)	Volym (timmar)	Andel (procent)
SVT24	46,7	56,5 %	41,9	46,6 %	28,0	41,8 %
SVT Barn	30,3	36,7 %	36,4	40,5 %	35,0	52,1 %
UR Play	5,7	6,9 %	11,6	12,9 %	4,1	6,1 %
Totalsumma	82,6	100,0 %	89,9	100,0 %	67,1	100,0 %

Tabell 6.7.2 Syntolkade program per kanal samt webbexklusiva publiceringar i volym samt andel per kanal och webben, 2023–2025

Kanal	2023		2024		2025	
	Volym (timmar)	Andel (procent)	Volym (timmar)	Andel (procent)	Volym (timmar)	Andel (procent)
SVT24	43,7	51,0 %	43,3	51,0 %	29,1	42,9 %
SVT Barn	33,6	39,3 %	31,9	37,6 %	33,3	49,0 %
UR Play	8,3	9,7 %	9,6	11,4 %	5,5	8,1 %
Totalsumma	85,6	100,0 %	84,8	100,0 %	67,9	100,0 %

6. Särskilda uppdrag och målgrupper

Publiceringsrutiner

För att de syn- och teckenspråkstolkade programmen ska tillgängliggöras i marknätet eller i beställ-tv i nära anslutning till när originalversionerna sänds eller publiceras finns det tydliga publiceringsrutiner liksom ansvarsfördelning för när, var, hur många samt vilka program som ska tolkas, sändas och publiceras. Precis som det finns tydliga publiceringsrutiner för övrig programverksamhet så ingår de syn- och teckenspråkstolkade versionerna i UR:s övergripande publiceringsplan.

I publiceringsrutinerna ingår till exempel kvalitetskontroll av själva tolkningen liksom tidpunkt för när de tolkade programmen ska sändas eller publiceras. Att publiceringsplanen hålls följs upp genom månadsvisa avstämningar för såväl hela programutbudet som de syn- och teckenspråkstolkade versionerna.

Textning

UR har under 2025 försett alla program på annat språk än svenska med översättningstext, med undantag för de språkprogram som av pedagogiska skäl sänts otextade. Samtliga icke direktsända tv-program på svenska har under 2025 textats, vilket gör att UR lever upp till kravet på att 100 procent av de icke direktsända programmen på svenska ska vara textade. Textningen har fungerat likadant oavsett om den sänts i marknätet, via satellit eller genom tråd. UR har också levt upp till kravet att samtliga program på svenska ska tillgängliggöras genom textning i beställ-tv på samma sätt som samtliga program på svenska har tillgängliggjorts i marknätet.

Av den totala sändningstiden på 2 233 timmar sändes 587 timmar i tv på svenska. Eftersom UR under 2025

inte har direktsänt några tv-program på svenska har kravet på att minst 85 procent av de direktsända programmen på svenska ska textas, inte aktualiserats.

Uppläst text

UR ska enligt tillgänglighetsbeslutet tillhandahålla tjänsten ”uppläst text” för sändningar i marknätet. Tjänsten ”uppläst text” har under 2025 erbjudits i alla icke direktsända program med översättningstext. UR sänder i SVT:s programtjänster och det är SVT som förfogar över och styr tjänsten.

Ett annat krav är att program som har tillgängliggjorts genom uppläst text vid sändning i marknät, via satellit, via kabel-tv och IPTV, ska tillgängliggöras på motsvarande sätt vid tillhandahållande i beställ-tv. Detta har varit möjligt på UR Play sedan januari 2023. UR har därmed levt upp till villkoren om uppläst text under 2025.

I den kontinuerliga dialog som UR har med användarna fångar UR upp behov och synpunkter om hur tjänsten för sändningar i marknätet kan utvecklas och för dem vidare till SVT. Inga nya utvecklingsförslag kring tjänsten uppläst text togs upp vid senaste mötet med företrädare för Synskadades riksförbund och Riksorganisationen unga med synnedsättning.

Teckenspråkstolkning

Under 2025 var kvoten för teckenspråkstolkade program för UR sju procent av tv-utbudet på svenska. Tillgängligheten för barn och unga ska prioriteras och UR anser att målgrupperna har prioriterats när minst 60 procent av det totala antalet sända timmar med teckenspråkstolkade program är riktade mot dessa målgrupper (se tabell 6.7.3).

Tabell 6.7.3 Teckenspråks- och syntolkade program – antal timmar fördelat mellan barn och unga och vuxna, samt sändning/webbexlusivt.

Målgrupp	Teckenspråkstolkat			Syntolkat			
	Total volym	Sändning	Webbexlusivt	Total volym	Sändning	Webbexlusivt	
Barn och unga	45,7 (68 %)	42,6 (93 %)	3,1 (7 %)	45,4 (67 %)	40,9 (90 %)	4,5 (10 %)	2025
Vuxna	21,4 (32 %)	20,4 (95 %)	1,0 (5 %)	22,5 (33 %)	21,5 (96 %)	1,0 (4 %)	
Totalt timmar/procent	67,1	63,0	4,1	67,9	62,4	5,5	

Målgrupp	Teckenspråkstolkat			Syntolkat			
	Total volym	Sändning	Webbexlusivt	Total volym	Sändning	Webbexlusivt	
Barn och unga	61,4 (68 %)	51,4 (84 %)	10,0 (16 %)	60,0 (71 %)	50,4 (84 %)	9,6 (16 %)	2024
Vuxna	28,5 (32 %)	26,9 (94 %)	1,6 (6 %)	24,8 (29 %)	24,8 (100 %)		
Totalt timmar/procent	89,9	78,3	11,6	84,8	75,2	9,6	

Målgrupp	Teckenspråkstolkat			Syntolkat			
	Total volym	Sändning	Webbexlusivt	Total volym	Sändning	Webbexlusivt	
Barn och unga	52,8 (64 %)	47,6 (90 %)	5,2 (10 %)	54,7 (64 %)	48,6 (89 %)	6,1 (11 %)	2023
Vuxna	29,8 (36 %)	29,3 (98 %)	0,5 (2 %)	30,9 (36 %)	28,7 (93 %)	2,2 (7 %)	
Totalt timmar/procent	82,6	76,9	5,7	85,6	77,3	8,3	



UR anlitar som regel alltid döva tolkar. Detta både för att språkkvaliteten blir bättre men också för att det bidrar till identifikation hos målgruppen. Tolken utgår från ett manus skrivet på teckenspråk, i stället för en direktöversättning som utförs av en hörande, vilket innebär en väsentlig kvalitetshöjning då språket blir korrekt och ger användaren information på sitt modersmål. UR har under 2025 anlitat flera olika teckenspråkstolkar vilket ökar mångfald och variation i uttryck vilket också bidrar till att höja kvaliteten.

Vilka program UR väljer att teckenspråkstolka baseras på diskussioner i de referensgruppsmöten och dialogmöten UR har med målgruppen kring dessa frågor. Generellt sett prioriteras aktualitetsprogram och program som ingår i särskilda satsningar. Under 2025 har till exempel flera program för de yngre barnen (*Räkna med Djuren på Djuris*, *Doktor Samuel*, *Lokes hemlighet*) teckenspråkstolkats i samband med att programmen har premiärsänts.

UR får också in önskemål från pedagoger om tolkning av äldre titlar som saknar syn- och teckenspråkstolkning. När det är möjligt försöker UR möta användarnas behov och tolka även dessa äldre program. Ett exempel på en sådan produktion som har teckenspråkstolkats under 2025 är en tidigare säsong av *Lässugen* (åk F-3) som hade premiär 2015.

Exempel på programserier som teckenspråkstolkats 2025:

- *Lokes hemlighet* (åk F-3)
- *Doktor Samuel*, säsong två (förskola)
- *Räkna med Djuren på Djuris* (åk F-3)

- *NO naturligtvis* (åk 4-6)
- *Vilken historia*, säsong två (åk 4-6)
- *Alla andra kan dra åt helvete* (gymnasium)
- *Skandalerna som skakade medievärlden* (åk 7-9)
- *Allt om döden* (åk 7-9)
- *Svenska förklarad* (gymnasium)
- *Vem ska jag tro på?*, säsong två (komvux)
- *Seniorsurfarna – skärgårdsäventyr* (folkhögskola/studieförbund)
- *Sverige, krisen och jag* (folkhögskola/studieförbund)
- *Folkets AI* (folkbildning)

Syntolkning

UR:s kvot för syntolkade program år 2025 var sju procent av tv-programutbudet på svenska. Samma principer tillämpas vad gäller fördelningen av syntolkning av program riktade till barn och unga som för teckenspråkstolkning, det vill säga minst 60 procent av det totala utbudet av syntolkade program ska riktas till barn och unga (se tabell 6.7.3).

Eftersom merparten av UR:s program används i klassrumssituationer är det viktigt att syntolkningen inte stör programmet, då det bör vara möjligt för hela klassen att se den syntolkade versionen. Program som innehåller mycket synintryck och lite dialog bör prioriteras. Urvalet för vilka program som ska syntolkas baseras i övrigt på samma principer som för vilka program som teckenspråkstolkas. Men hänsyn tas även till behoven inom anpassad grund- och gymnasieskola där syntolkade program bland annat används som ett extra språkstöd. ►

I NO naturligtvis (åk 4-6) tar programledaren Peppe Andersson upp allt från beståndsdelarna i en atom till galaxerna i universum.



I omåttligt populära **Doktor Samuel** (förskolan) kommer de unga patienterna till Doktor Samuel med olika besvär. Huggormsbett, borrelia och hösnuva är några av de krämpor som blir undersökta.

Exempel på programserier som syntolkats 2025:

- *Lokes hemlighet* (åk F–3)
- *Doktor Samuel*, säsong två (förskola)
- *Räkna med Djuren på Djuris* (åk F–3)
- *NO naturligtvis* (åk 4–6)
- *Vilken historia*, säsong två (åk 4–6)
- *Alla andra kan dra åt helvete* (gymnasium)
- *Skandalerna som skakade medievärlden* (åk 7–9)
- *Allt om döden* (åk 7–9)
- *Svenska förklarad* (gymnasium)
- *Vem ska jag tro på?*, säsong två (komvux)
- *Seniorsurfarna – skärgårdsäventyr* (folkhögskola/studieförbund)
- *Sverige, krisen och jag* (folkhögskola/studieförbund)
- *Folkets AI* (folkbildning)

God hörbarhet

UR prioriterar god hörbarhet i all programproduktion. Som en del i målsättningen att samtliga användare ska kunna ta del av UR:s utbud betonas särskilt vikten av hörbarhet och tydlighet för personer med hörselnedsättning. Under ljudinspelning och bearbetning inom programproduktion är arbetet med god hörbarhet en central del. För att säkerställa ljudkvalitet och hörbarhet i programutbudet ljudbearbetas en stor del av programmen utifrån ett hörbarhetsperspektiv.

UR arbetar kontinuerligt med frågor kring hörbarheten i programmen och deltar i mässor och andra kompetensstärkande evenemang för att utveckla kompetens och kvalitet, som till exempel

den årligen återkommande AES-mässan. AES (Audio engineering society) är en förening för ljudtekniker världen över som bland annat tar fram tekniska standarder samt främjar forskning och utbildning inom ljudteknik.

UR har en hörbarhetspolicy med konkreta riktlinjer om hörbarhet som är väl känd av alla medarbetare. Inför starten av en produktion deltar i regel alltid ljudtekniker i uppstartsmöten för att beakta och säkerställa god hörbarhet genom hela produktionsprocessen.

Tillgänglighet för barn och unga med funktionsnedsättning

UR prioriterar tillgängligheten till program för barn och unga där fokus ligger på användning i en utbildningssituation. UR producerar alltid program för barn och unga så att alla ska vara inkluderade och ett program ska vara användbart för samtliga som sitter i ett klassrum. Inkluderande element kan till exempel innebära att berättartempot är relativt långsamt och att ljudet och bilderna är tydliga.

UR har kontinuerlig dialog med Specialpedagogiska skolmyndigheten (SPSM). Syftet med dialogen är att öka kunskapen om hur behoven ser ut hos olika grupper av barn och unga med funktionsnedsättningar/-variationer, men också att sprida information om UR:s utbud. Det har sedan tidigare framkommit att textningen av program är ett extra stöd inte bara för de med hörselnedsättning utan även för elever med språkstörning, en kognitiv funktionsnedsättning eller de som av andra skäl har

språksvårigheter. Även syntolkade program har visat sig vara användbara för grupper i behov av extra språkstöd, bland annat inom de anpassade skolformerna.

UR anser sig uppfylla villkoret i sändningstillståndet om att prioritera tillgängligheten för barn och unga med funktionsnedsättningar, utöver syn- och hörselskada.

Handlingsplan för hur tillgängligheten ska öka

UR:s handlingsplan för hur tillgängligheten ska öka över tid består av flera delar: löpande följa den tekniska utvecklingen, inte minst inom AI, och hur den kan utveckla olika/nya tillgänglighetstjänster och funktioner, kompetensutveckling av medarbetare samt dialog med flera olika företrädare för målgrupperna för att fånga upp de behov som finns. Det långsiktiga målet är att hela UR:s utbud ska göras tillgängligt för alla, oavsett bakgrund, utbildningsnivå eller funktionsförmåga.

UR arbetar kontinuerligt för att öka kvaliteten på tillgänglighetstjänsterna liksom att utveckla nya funktioner, både vad gäller tillgänglighetstjänsterna vid sändning och på UR:s webbplatser UR Play och ur.se. Detta inkluderar regelbundna tester av UR Plays tillgänglighet och återkoppling från användare i dialog- och referensgruppsmöten. Konsulter granskar tillgänglighetstjänster löpande och UR:s medarbetare testar kontinuerligt webbplatsen för att säkra kodkvalitet och att tillgängligheten bibehålls.

Användare av tjänsterna uppmanas också att rap-

"Fördelen med att producera på teckenspråk är att språket blir korrekt från början."

portera in fel eller brister som upptäcks. Varje år görs en tillgänglighetsredovisning där olika funktioner och brister beskrivs och som går att ta del av på ur.se.

Utvecklingen av tillgänglighetstjänster de senaste åren har framför allt tagit fart i en digital miljö. UR erbjuder till exempel möjligheten att spela upp ett program i ett långsammare eller snabbare tempo än originalet, något som har efterfrågats bland annat av lärare och elever inom de anpassade skolformerna. UR ser därför stora möjligheter för att tillgängligheten kan utvecklas i en online-miljö. I marknätet finns flera tekniska begränsningar som gör det svårt att lösa användarnas olika behov och önskemål. I en online-miljö kan lösningar individanpassas där användaren till exempel skulle kunna välja var i bild teckenspråkstolken ska placeras, storlek på

teckenspråkstolken samt olika bakgrunder för att underlätta tolkningens synbarhet i förhållande till originalinnehållet.

Program på teckenspråk

UR har under 2025 fortsatt att producera program på teckenspråk. Fördelen med att producera på teckenspråk är att språket blir korrekt från början. Vid teckenspråkstolkningar av hörande program krävs det anpassningar till den icke hörande målgruppen då det gäller manus och scenografi med mera eftersom vissa hörande manus innehåller sånger, rim och dylikt som är oanvändbart på teckenspråk. Genom att från början skriva och producera program på teckenspråk får man även in aspekter som kultur, historia och identitet med allt vad det innebär för en språklig minoritet. Med andra ord får man en chans att forma innehållet och inte bara översätta språket, som vid teckenspråkstolkning. Kvaliteten blir väsentligt högre vid dessa produktioner. Att producera på teckenspråk innebär också att döva och hörselskadade personer medverkar såväl framför som bakom kameran. På så sätt blir innehållet mer representativt för målgruppen. Det aktuella programmet och produktionen speglar då samhället och skapar identifikation hos målgruppen.

Produktion på teckenspråk medför högre kostnader än annan produktion. Bland annat krävs fler funktioner vid inspelningar. Till exempel medverkar alltid bisittare som kvalitetssäkrar att det blir ett tydligt och bra teckenspråk liksom teckenspråkstolkare som möjliggör kommunikation mellan hörande och döva medarbetare.

Under 2025 har UR publicerat flera programserier på teckenspråk, ett exempel *Matteväktarna – Ett och Två kör* (specialskola F-4, åk F-3) en uppföljare till succén *Matteväktarna* som är Sveriges första 3D-animerade serie på teckenspråk. Syftet med uppföljaren är bland annat att utveckla elevernas räknande och taluppfattning på ett interaktivt sätt. *Matteväktarna – Ett och Två kör* finns även i en version med svenskt tal och har därigenom fått en stor användning även bland hörande elever.

Ett annat programexempel är *Lilla Aktuellt teckenspråk* (åk 4-6, specialskola åk 5-7) som sänds varje torsdag under skolterminerna och tar upp veckans viktigaste händelser. Under året har *Lilla Aktuellt teckenspråk* även sänt flera temaprogram där hela sändningar ägnats åt ett specifikt ämne som till exempel AI och Deaf olympics. Under veckodagarna publiceras även aktuella videoklipp och nyheter på sociala medier som Instagram och Tiktok.

Virva och årstiderna (förskola, specialskola åk F-4) är en avancerad bearbetning av UR:s *Tripp, Trapp och årstiderna*. I bearbetningen har Virva, en teckenspråkstolke, klippts in och manusen har

skrivits om och anpassats. Med liknande avancerade bearbetningar ökar förutsättningarna för döva och hörselskadade barn att få tillgång till fler kvalitativa och viktiga program på ett för UR relativt kostnads-effektivt sätt.

Serien *Vi förklarar kemi* (åk 4–6, specialskola åk 5–7) tar upp de kemiska farosymbolerna, ett viktigt och efterfrågat innehåll. Utvecklingen av serien innebar dessutom ett stort mått av lärande då mycket har gjorts med hjälp av AI. Både vad gäller arbetet med dubbnings från teckenspråk till svenska liksom stora delar av animeringar och grafik.

Teckenspraksredaktionen producerade även vodden *Killar och känslor* (folkbildning) som låter fyra killar prata och diskutera ämnen som ofta anses känsliga som vänskap, lojalitet, svek och oskrivna regler.

UR Teckenspraks nya vodd *Föräldrasnack* är unik i Sverige då ingen i medielandskapet tidigare har låtit döva föräldrar få utrymme på detta sätt. Innehållet är vad det låter som – snack med föräldrar där kuratorn Rakel Bruman leder samtalet.

Serien *Se på mig!* (gymnasium) har fortsatt att publicera avsnitt med ämnen som att leva i hederskultur eller att växa upp i ett hem med våld. *Se på mig!* är en av UR Teckenspraks serier som ger störst engagemang hos tittarna.

"Vodden Föräldrasnack är unik då ingen i medielandskapet tidigare har låtit döva föräldrar få utrymme på detta sätt."

Kulturkvarten – på svenskt teckenspråk (gymnasium, folkbildning) publicerades strax innan jul 2025 med två avsnitt, ett om Romel Belcher, som är en döv skådespelare och scenkonstnär, och ett som skildrar serietecknaren Viktor Jäderlund. UR vill genom dessa starka kulturprofiler lyfta förebilder inom dövvärlden och inspirera till att våga gå sin egen väg i livet

I serien *Digital senior* (folkbildning) får fyra seniorer lära sig och testa att tryggt navigera på nätet men även vad AI kan innebära och hur man ska tänka kring det. En serie med mycket skrätt blandat med fakta som tagits emot med varma och hyllande ord, både hos den äldre men även den yngre målgruppen.

Med serien *Lär dig teckenspråk* på Tiktok har UR nått en ny målgrupp – nybörjare i svenskt teckenspråk. Serien har mottagits med många nyfikna frågor och vissa klipp har blivit virala vilket har varit väldigt

roligt, men framförallt viktigt, då det bidrar till att stärka det svenska teckenspråkets status i samhället.

6.8 Program för särskilda målgrupper

UR producerar och publicerar utbildningsprogram för användning i anpassad grund- och gymnasieskola samt komvux som anpassad utbildning. Under 2025 publicerade UR flera serier riktade till just denna målgrupp, både nyproduktioner och bearbetningar där befintliga program ur UR:s ordinarie utbud anpassats för att bättre passa elever med intellektuella funktionsnedsättningar. Tv-serien *Bra att veta* (anpassad grundskola åk 4–6 och 7–9) är en nyproduktion där programledaren, forskaren och influencern Eleonora Svanberg förklarar svåra saker med ett enkelt språk som förstärks med TAKK (tecken som alternativ och kompletterande kommunikation) och tydliga bilder. Serien är tänkt att väcka nyfikenhet och en vilja att lära mer. Till serien finns en handledning och till varje avsnitt finns ett quiz där eleverna kan repetera och testa sina nyvunna kunskaper.

I *Djuren och årstiderna* (anpassad grundskola åk 1–3), som är en bearbetning av *Tripp och Trapp och årstiderna*, behandlas årstider och årstidsväxlingar i naturen och på bondgården. Detta är något som har efterfrågats länge av pedagoger inom den anpassade grundskolan.

Som en del av UR:s lässatsning har flera böcker bearbetats för att passa målgruppen genom att till exempel berätta kronologiskt, förenkla och förklara, lugna ner tempot och lägga extra krut på hörbarheten. Ett exempel på det är *Emmas liv* (anpassad gymnasieskola och komvux som anpassad utbildning) där huvudpersonen Emma flyttar hemifrån till ett stöttat boende, får vänner och tränar simning. Den bearbetade boktexten finns också att skriva ut så att eleven först kan lyssna och sedan läsa. Det finns även bilder till serien som man kan titta på under lyssning eller använda för att återberätta det man hört efter lyssning.

UR tillgängliggör även program för denna målgrupp på andra sätt, bland annat genom möjligheten att kunna spela upp program i ett långsammare tempo än originalversionen. Genom tjänsten tillgängliggörs många fler program för dessa målgrupper. Även utbudet som tillgängliggörs genom syntolkning används inom den anpassade grund- och gymnasieskolan.

Dialog med användarna

För att försäkra sig om att UR:s utbud och tillgänglighetstjänster håller en hög kvalitet och användbarhet utvärderas detta årligen genom dialogmöten med olika grupper inom funktionshinderrörelsen.

I oktober bjöd UR in till det årliga dialogmötet om svenskt teckenspråk. Representanter från förbund och myndigheter, inriktade på svenskt teckenspråk, deltog.



Under mötet framhölls bland annat att föräldrar och pedagoger uppskattar UR:s satsningar som vänder sig till yngre barn samt till familjer där teckenspråk och svenska kombineras eftersom programmen främjar språkutvecklingen. På mötet uttrycktes även vikten av att UR vid stora samhällskriser och vid höjd beredskap tillgodoser användarnas behov av omedelbar, källkritisk och tillgänglig information på svenskt teckenspråk. Utebliven information på teckenspråk ökar risken för desinformation och ryktesspridning inom målgruppen.

Under året har UR också haft ett referensgruppsmöte med Synskadades riksförbund och Riksorganisationen unga med synnedsättning för att kunna följa upp och utveckla kvaliteten på UR:s syntolkade program. På mötet i december diskuterades bland annat om fler kvinnliga syntolkare skulle kunna användas för att på så sätt öka variationen i syntolkningarna.

I november hölls det årliga dialogseminariet *PS Funk*, ett samarbetsprojekt mellan UR, Sveriges Radio, SVT och Funktionsrätt Sverige som syftar till dialog och ökad kunskap kring funktionsrätts- och tillgänglighetsfrågor. Medarbetare från public service-företagen samt representanter från funktionshinderrörelsen deltog. 2025 års dialog hade fokus på funktionsrättsfrågor i public services valbevakning inför riksdagsvalet 2026. Dialogen kretsade kring hur valbevakningen kan göras ännu mer tillgänglig, relevant och inkluderande, samt hur public

service kan bidra till möjligheterna för personer med funktionsnedsättning att kunna göra informerade val. UR berättade hur teckenspråksredaktionen jobbar med olika program kring valet riktat mot döva och teckenspråkiga samt om kommande utbud för anpassade skolformer och mot barn och unga med intellektuell funktionsnedsättning.

6.9 Minoritetsspråk

UR producerar och tillgängliggör radio- och tv-program på minoritetsspråk och svenskt teckenspråk. Utöver program på de nationella minoritetsspråken har UR under 2025 även sänt program på ytterligare 11 minoritetsspråk.

UR:s program på minoritetsspråk och svenskt teckenspråk utgår från användarnas behov av utbildnings- och språkprogram, främst inom målgrupperna barn och unga. UR kartlägger behoven av språkstärkande och språkutvecklande program genom regelbunden kontakt med dialoggrupper för varje nationellt minoritetsspråk samt svenskt teckenspråk och via kontakt med forskare och skolmyndigheter.

Programmen syftar till att öka språkkunskaperna för de som redan talar språken men kan även vara ett stöd för dem som inte helt behärskar språken.

Program på nationella minoritetsspråk och svenskt teckenspråk

Enligt sändningstillståndet ska de tre public service-bolagens sammantagna programutbud på

I *Matteväktarna – Ett och Två kör* (åk F-3, specialskolan åk F-4) följer tittarna Ett och Två på roliga matteäventyr i olika miljöer. Ett och Två pratar teckenspråk, men serien finns tillgänglig även med svenskt tal.

6. Särskilda uppdrag och målgrupper

Diagram 6.9.1 Utveckling av förstasändningar på nationella minoritetsspråk sammantaget alla bolag 2019–2025 (index).

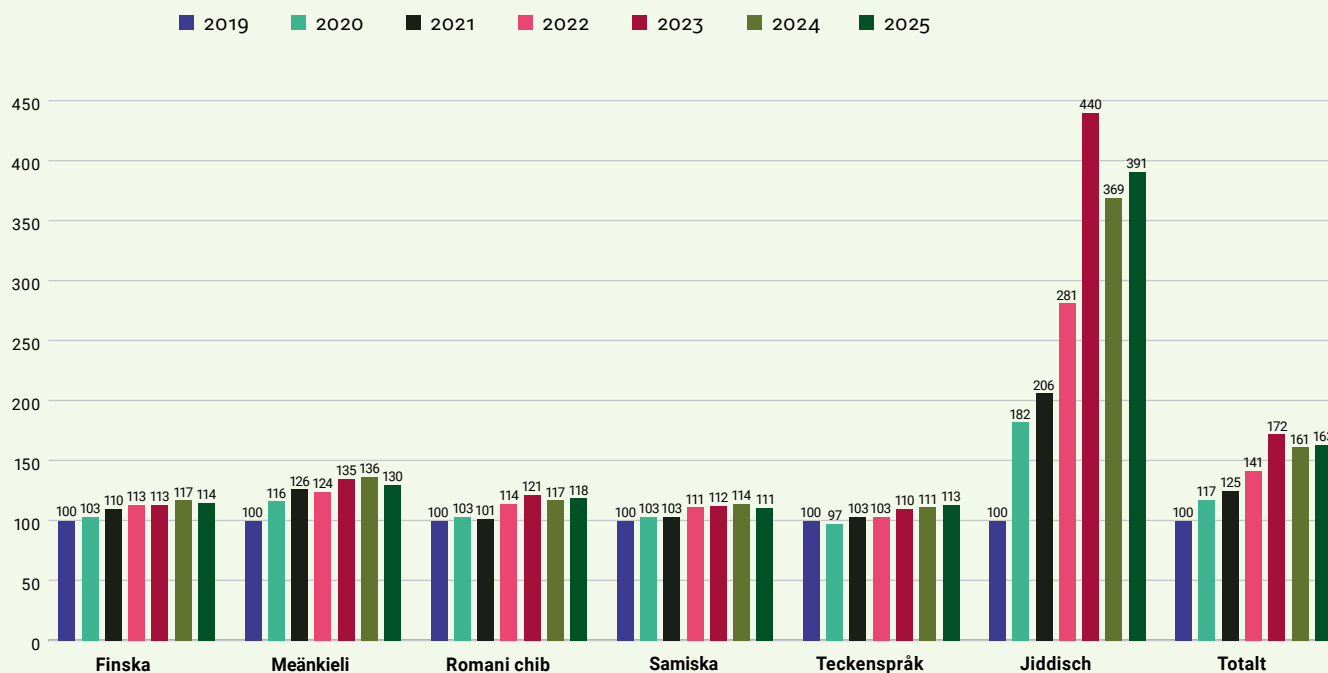
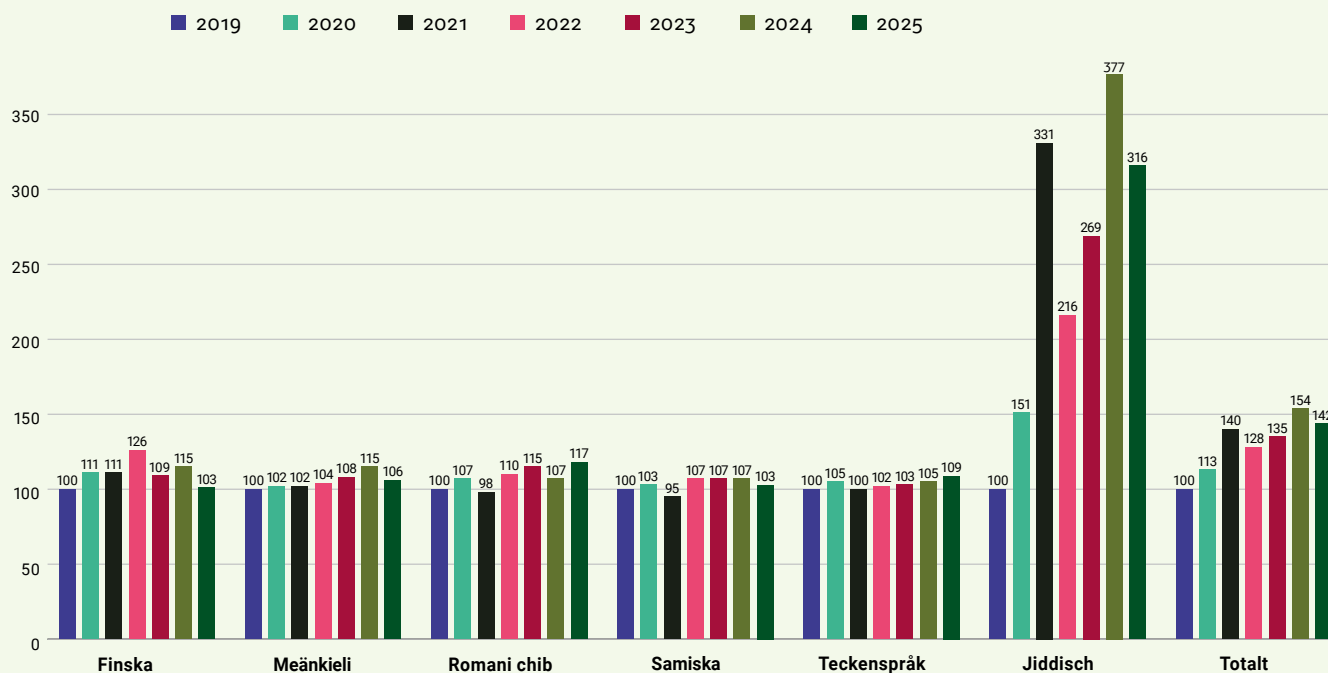


Diagram 6.9.2 Utveckling av nationella minoritetsspråk sammantaget alla bolag 2019–2025 (index).



de nationella minoritetsspråken finska, meänkieli, romani chib och samiska samt svenskt teckenspråk uppgå till minst 2019 års nivå. UR:s förstasändningar på vart och ett av de nationella minoritetsspråken samt svenskt teckenspråk ska öka under tillståndspanoden jämfört med 2019 års nivå. Det samlade utbudet på jiddisch ska, sammantaget med Sveriges Radios och SVT:s utbud, öka under tillståndspanoden jämfört med 2019 års nivå.

För att kunna göra en samlad bedömning av bolagens utbud på de olika språken, använder programbolagen två index. Språkutbudet (per språk) 2019 motsvarar index 100. För varje år räknas index per bolag upp eller ner utifrån förändring av sända timmar. Index kan i de tre bolagen växla mellan åren och de olika språken. Indexberäkningen ger en bild av utvecklingen och möjliggör en bedömning av bolagens sammantagna ökning av andelen förstasändningar under tillståndspanoden per språk samt det sammantagna programutbudet på de nationella minoritetsspråken samt svenskt teckenspråk.

Bolagen har sammantaget under 2025 ökat antalet förstasändningar på de nationella minoritetsspråken samt teckenspråk och det sammantagna utbudet överstiger 2019 års nivå. Även det samlade utbudet på jiddisch har, sammantaget med Sveriges Radios och SVT:s utbud, ökat jämfört med 2019 års nivå

(se diagram 6.9.1 och 6.9.2). UR anser därmed att villkoren om att öka antalet förstasändningar på nationella minoritetsspråk samt att det sammantagna utbudet ska överstiga 2019 års nivåer är uppfyllda. Även villkoret om att öka det sammantagna utbudet på jiddisch jämfört med 2019 års nivå är uppfyllt. I bilaga 9.4 finns mer detaljer som visar hur dessa siffror tagits fram.

UR, Sveriges Radio och SVT får sinsemellan fördela ansvaret rörande insatser på minoritetsspråk och teckenspråk. Fördelningen beskrivs i en överenskommelse som lämnas in till Kulturdepartementet och Mediemyndigheten. Sådan överenskommelse gällande 2025 lämnades in den 3 december 2024. Enligt överenskommelsen har UR ett speciellt ansvar för utbudet till barn och unga och inom området utbildning.

UR:s utbud

Under 2025 har UR sänt och publicerat totalt 163 timmar radio och tv på de nationella minoritetsspråken finska, jiddisch, meänkieli, romani chib och samiska samt svenskt teckenspråk (se tabell 6.9.1).

UR har under 2025 ökat antalet förstasändningar på samtliga nationella minoritetsspråk, förutom jiddisch, samt (se tabell 6.9.2). 80 procent av UR:s utbud på nationella minoritetsspråk och tecken-

Tabell 6.9.1 UR:s sändningsvolym i radio och tv samt webbexklusivt på nationella minoritetsspråk och svenskt teckenspråk 2023–2025 (timmar)

Språk	2023			2024			2025		
	Sändning (radio och tv)	Webb-exklusivt	Totalt	Sändning (radio och tv)	Webb-exklusivt	Totalt	Sändning (radio och tv)	Webb-exklusivt	Totalt
Finska	41,74	2,42	44,16	52,77	2,60	55,37	43,79	1,37	45,16
Jiddisch	9,45	1,28	10,73	6,48	0,93	7,41	6,57	1,52	8,09
Meänkieli	20,55	0,88	21,43	20,83	1,27	22,10	20,96	1,77	22,73
Romani chib	22,60		22,60	19,74	3,87	23,61	21,23	1,21	22,44
Samiska	23,43	0,45	23,87	18,64	4,70	23,34	16,43	5,92	22,35
Svenskt teckenspråk	34,05	4,28	38,33	33,73	6,68	40,41	34,41	7,81	42,23
Totalt	151,82	9,30	161,12	152,19	20,05	172,24	143,39	19,61	163,00

Tabell 6.9.2 Förstasändningsvolym, inkl webbexklusivt (andel i procent) på nationella minoritetsspråk och svenskt teckenspråk 2023–2025 (timmar)

Språk	2023			2024			2025		
	Sändning (radio och tv)	Webb-exklusivt	Totalt	Sändning (radio och tv)	Webb-exklusivt	Totalt	Sändning (radio och tv)	Webb-exklusivt	Totalt
Finska	16,77	2,42	19,19	16,80	2,60	19,40	18,01	1,37	19,38
Jiddisch	5,49	1,28	6,77	2,79	0,93	3,72	2,64	1,52	4,16
Meänkieli	5,51	0,88	6,39	5,34	1,27	6,61	4,91	1,77	6,68
Romani chib	8,77		8,77	5,04	3,87	8,91	7,82	1,21	9,02
Samiska	10,05	0,45	10,50	5,89	4,70	10,59	4,88	5,92	10,80
Svenskt teckenspråk	13,11	4,28	17,40	10,94	6,68	17,62	10,60	7,81	18,41
Totalt	59,71	9,30	69,01	46,80	20,05	66,85	48,86	19,61	68,46

språk är riktat mot barn och unga, vilket gör att UR anser sig uppfylla kravet i sändningstillståndet om att ta hänsyn till de språkliga behoven hos barn och unga som tillhör språkliga eller etniska minoritetsgrupper eller är teckenspråkiga (se tabell 6.9.3).

UR arbetar kontinuerligt med att höja kvaliteten i språkproduktionerna och på att skapa relevant innehåll. UR:s språkstärkande programutbud ska inte enbart vara på språken utan innehållet ska även i största möjliga mån vara kopplat till språkens kulturella och historiska kontext. UR har under 2025 samverkat med Filmpool Nord för samproduktion av serier på meänkieli och finska, till exempel *Alias Tornedalen* säsong 2 (gymnasium) och *Jaakon lempeä laulu* (gymnasium). UR har också samverkat kring Skolverkets plansch över minoriteternas årshjul för att synliggöra UR:s serier *Sånger på meänkieli*, *Sånger på finska* och *Sånger på jiddisch* (förskola).

Programmen på nationella minoritetsspråk ska även vara identitetsstärkande vilket bidrar till förståelse och lärande och ökar användarens möjligheter att ta till sig ett programinnehåll. Ett exempel på det är tv-serien *Mummos mat* (gymnasiet) som utforskar den sverigefinska identiteten genom matkultur, där två generationer sverigefinnar lagar och talar om maten som förknippas med minnen och traditioner inom kulturen.

Nationella minoritetsspråk för barn och unga

Enligt sändningstillståndet ska UR ta hänsyn till de språkliga behoven hos barn och unga som tillhör språkliga eller etniska minoritetsgrupper eller är teckenspråkiga. Det innebär att UR ska producera program med pedagogiskt kunskapsperspektiv och att programmen ska vara både språkutvecklande och språkstärkande för dessa målgrupper. Programutbudet ska även synliggöra och ge ökad kunskap om minoritetsspråk och teckenspråk. Exempelvis är serierna *Heti takasi* på meänkieli och *Bures giellaoahppa* på samiska för årskurserna 4–6, såväl språk- som identitetsstärkande. *Heti takasi* är en animerad serie som utspelar sig i Tornedalen, där tittaren i varje avsnitt får lära sig nya ord på meänkieli. *Bures*

giellaoahppa är en serie där samisk grammatik varvat med samiska ungdomars hobbyer står i centrum.

UR producerar olika former av språkstärkande program till barn och unga, dels genom nya produktioner och dels genom versioneringar av program som dubbas.

UR har under 2025 sänt versioneringar av bland annat *Matteväktarna* (åk F–3) på finska och samiska samt *Grannar* (gymnasiet, komvux) på finska, meänkieli, samiska, romani och jiddisch.

Program på andra minoritetsspråk

UR sänder och publicerar även program på andra minoritetsspråk för barn och unga i radio, tv och på UR Play. Under 2025 publicerade UR program på 11 andra minoritetsspråk, utöver de nationella minoritetsspråken: albanska, arabiska, kinyarwanda, ryska, serbiska, somaliska, swahili, thai, tigrinja, tyska och ungerska.

Vilka minoritetsspråk, utöver de nationella minoritetsspråken, som UR producerar ett utbud på baseras på behov inom förskola och grundskola. Men också på vad olika institutioner som jobbar med nyanlända ser för behov av språk. Ofta prioriteras program som är språkstärkande och som passar i modersmålsundervisning eller program som handlar om svenska samhället. Ett exempel på det är serien *Nyfiken på Sverige* (åk 4–6) som under 2025 versionerades på tre språk. Sammanlagt finns serien nu versionerad på 17 språk.

Flertalet av de program som väljs ut för att versioneras innehåller animationer då det upplevs mindre störande att en animerad figur pratar på annat språk än originalspråket. Ett annat kriterium vid val av vilka program som ska versioneras är att barn som ännu inte behärskar svenska språket ska ges möjlighet att ta del av samma programutbud som sina klasskamrater men på sitt modersmål.

Exempel på program på andra minoritetsspråk:

- *Bibz och djuren* (förskola)
- *Amanda längtar* (förskola)
- *Romska folksagor* (åk F–3)

Tabell 6.9.3 Sändningsvolym i radio, tv och webb på nationella minoritetsspråk, svenskt teckenspråk och jiddisch fördelat på barn, unga och vuxna (timmar)

Språk	Barn	Unga	Vuxna	Totalt
Finska	10,71	21,47	12,98	45,16
Meänkieli	10,45	9,65	2,63	22,73
Romani chib	10,67	9,80	1,97	22,44
Samiska	15,91	5,00	1,45	22,35
Teckenspråk	21,36	10,65	10,22	42,23
Jiddisch	2,31	2,70	3,09	8,09
Totalt	71,41	59,26	32,33	163,00



FOTO: MASSA MEDIA

- *Nyfiken på Sverige* (åk 4–6)
- *Kort om ekonomi* (åk 4–6)
- *Plugga historia* (åk 7–9)

Dialog

Under 2025 har UR bjudit in till enskilda dialogmöten med representanter för samtliga fem nationella minoritetsspråk. På dialogmötet om jiddisch uttrycktes uppskattning för att UR i sina språkprogram speglar både kultur, traditioner och folkberättelser. I program när unga och äldre möts förstärks både identitet och synlighet, vilket även ökar möjligheten för lärande. På dialogmötet om samiska framhölls hur UR:s program genom relevant innehåll kan stötta lärare i sammanhang där det råder brist på utbildade pedagoger. På mötet lyftes även att det finns ett fortsatt behov av programinnehåll kopplat till samers rättigheter liksom samers psykiska hälsa och identitet.

På dialogmötet om meänkieli framfördes att de UR-program där meänkieli och svenska blandas på ett roligt och inkluderande sätt, är bra både för nybörjare och yngre elever i skolan för deras språkinläring. Eftersom målgruppen mellan 20–30 år är särskilt svår att nå efterfrågas inslag om tornedalingar och populära samhällsfrågor på meänkieli.

På sverigefinska dialogmötet lyftes att andelen unga sverigefinska talare sjunker efter en viss ålder och hur ett programutbud kan motverka det. Under dialogmötet om romani chib framgick att UR:s sagor på romani är populära. De används både på bibliotek och i utbildningssammanhang, vilket visar att innehållet har en bred spridning. För att underlätta språkinläringen bland unga efterfrågas program där romani och svenska används parallellt och där olika språkliga nivåer och dialekter kan inkluderas.

Utöver dialogmötena deltog UR på högtidskonferensen *Resandefolkets dag* den 29 september i Malmö där det firades att det gått 25 år sedan Sveriges nationella minoriteter erkändes. På scen kommenterades även UR:s betydelse för romani chib: ”För tio år sedan fanns nästan ingenting. I dag finns över 100 produktioner om svensk romani i UR:s katalog. Det är resultatet av en god dialog och ett ständigt lärande.”

De nationella minoritetsgrupperna och urfolket samerna har historiskt varit diskriminerade och osynliga vilket gör att dialogen med dessa bygger på att skapa förtroende och tillit. Detta arbete är tidskrävande men är en förutsättning för att UR ska kunna producera ett utbud som upplevs som sant och relevant för och av användarna, både på respektive nationellt minoritetsspråk och för de nationella minoritetsgrupperna. •

I Sånger på finska (förskola, åk F–3) lär du dig sjunga på finska med Pia-Maria, Laura-Stina och barnen Iris, Marius, Isabella och Hugo. Serien innehåller 20 sånger som passar olika årstider, högtider och lekar.



Vilken historia! (åk 4–6) är en humoristisk resa genom historien. En filmregissör försöker göra film om vikingatiden, medeltiden och 1800-talet – utan framgång. Om hon bara visste hur man såg ut, vad man åt och vilka yrken som fanns.

FOTO: AKSEL ÖRN EKBLOM

Villkor som kapitel 7 svarar på:

- Sändningstillstånd 19–22 §§
- Medelsvillkor 1–5, 19
- Läs mer i bilaga 9.5. Sändningsvillkor för UR och 9.6 Medelsvillkor för UR

Så används pengarna

UR:s verksamhet bedrivs utan vinstintresse och finansieras via en public service-avgift. Enligt riksdagens beslut om medelstilldelning erhöll UR 491,4 miljoner kronor, vilket motsvarar 5,2 procent av de totalt 9 454,7 miljoner kronor som tilldelades public service-bolagen för år 2025.

UR finansieras genom en inkomstbaserad public service-avgift som samlas in via skattsedeln och placeras på ett public service-konto i Riksgäldskontoret. Public service-kontot förvaltas av Kammarkollegiet och medlen betalas ut månadsvis till UR enligt förordningen (2018:1897) om finansiering av radio och tv i allmänhetens tjänst.

Som ett av tre public service-bolag, finansierat via skattsedeln, är det av största vikt för UR att hantera de medel som tilldelas bolaget på ett ansvarsfullt sätt. Merparten av medlen används till programverksamheten och att utveckla programutbud och tjänster för att möta publikens önskemål och behov.

7.1. Intäkter

Från de erhållna avgiftsmedlen från public service-kontot, 491,4 miljoner kronor för UR:s del, görs omfördelningar mellan UR och de övriga public service-bolagen. UR äger tillsammans med SVT och Sveriges Radio det gemensamma dotterbolaget Sveriges Radio Förvaltnings AB, SRF. Bolaget finansieras med avgiftsmedel från de tre public service-bolagen. Efter överförda avgiftsmedel samt förändring av skuldförda avgiftsmedel blev UR:s intäktsförda avgiftsmedel för året 475,2 miljoner kronor. Summa intäkter vid sidan

av avgiftsmedel under 2025 var 0,9 miljoner kronor. Dessa övriga intäkter bestod till exempel av produktionsbidrag från samarbeten med nordiska och andra europeiska public service-bolag. De totala intäkterna uppgick 2025 till 476,1 miljoner kronor (se tabell 7.1.1). ►

Tabell 7.1.1 UR:s intäkter 2023–2025 (miljoner kronor)

Intäkter (miljoner kronor)	2023	2024	2025
Erhållna avgiftsmedel från rundradiokontot	472,3	481,8	491,4
Justering mellan programbolagen	-1,1	-0,1	-3,5
Totalt erhållna avgiftsmedel	471,2	481,7	487,9
Avgiftsmedel överförda till RIKAB			
Avgiftsmedel överförda till SRF	-16,0	-16,6	-15,7
Delsumma	-16,0	-16,6	-15,7
Förändring skuldförda avgiftsmedel	8,5	10,0	3,0
Summa intäktsförda avgiftsmedel	463,7	475,1	475,2
Samproduktioner och royalty	2,1	1,4	0,6
Lönebidrag	0,0	0,5	0,2
Valutakursvinster	0,1	0,1	0,1
Övriga intäkter	-0,5	0,3	0,0
Summa övriga intäkter	1,7	2,3	0,9
Summa	465,4	477,4	476,1
Sidoverksamhet	0,0	0,0	0,0
Summa intäkter	465,4	477,4	476,1

7. Så används pengarna

7.2 Kostnader

UR:s totala kostnader uppgick 2025 till 476,1 miljoner kronor, av dessa utgjorde 81,5 procent programproduktionskostnader. Dessa kostnader inkluderar direkta programkostnader men även kostnader för exempelvis rättigheter och programinköp. Till programproduktionskostnaderna räknas också det pedagogiska utvecklings- och kontaktarbete som ingår i alla UR-produktioner. Största delen av dessa kostnader inkluderas direkt i programprojekten (se tabell 7.2.1).

Även om principen för kostnadsindelning är tydlig vad gäller programproduktion, distribution och övriga kostnader så rymmer posten övriga kostnader även annat som har en direkt koppling till programproduktionen, till exempel kostnader för produktionsnätverk, licenser för produktionsplanerings- och sändningsplaneringsverktyg samt

utveckling av UR Play. Dessa övriga kostnader ingår dock inte i UR:s programproduktionskostnader.

Målsättningen är att merparten av resurserna ska användas till programproduktion.

Posten övriga kostnader består till största delen av kostnader för stödfunktionerna, som till exempel ekonomi, HR, strategi, stab, it/teknik och investeringar. I dessa funktioner ingår tjänster och kostnader som i första hand går att hänföra till stöd för programverksamheten. Här ingår även kostnader för beredskapsplanering. Därför kan man inte helt likställa kostnaderna för stödfunktionerna med overheadkostnader.

Som distribution räknas kostnaden för distribution av marksändningar för radio samt distribution online. Enligt avtal mellan SVT och UR står SVT för distributionskostnaderna för UR:s tv-sändningar i marknätet. SVT tilldelas avgiftsmedel som täcker dessa kostnader.

Tabell 7.2.1 UR:s kostnader 2023–2025 (miljoner kronor)

UR:s kostnader	2023	2024	2025
Tv-produktion	320,2	329,7	330,8
Radioproduktion	55,1	64,9	57,4
Varav pedagogiskt utvecklings- och kontaktarbete	7,4	7,7	8,6
Summa programproduktion	375,3	394,6	388,2
Distribution *	3,3	3,5	4,0
Övriga kostnader	86,8	79,3	83,9
SUMMA KOSTNADER	465,4	477,4	476,1
Sidoverksamhet	–	–	–
Andel programproduktion	80,6 %	82,7 %	81,5 %
Andel distribution *	0,7 %	0,7 %	0,8 %
Andel övriga kostnader	18,7 %	16,6 %	17,6 %
Totalt:	100 %	100 %	100 %

Tabell 7.2.2 Programproduktionskostnader i procent per utbildningsområde 2023–2025

Kostnadsandel per utbildningsområde	2023	2024	2025
Yngre barn (åk F–3)	15,0	18,0	18,7
Äldre barn (åk 4–6)	21,6	16,5	18,3
Unga (åk 7–9, gymnasium, folkbildning)	25,3	28,1	29,4
Högskola (inklusive pedagoger)	1,9	1,8	0,8
Folkhögskola, studieförbund och komvux	4,2	9,5	12,5
Folkbildning	32,0	26,1	20,3
Summa kostnader	100	100	100

Tabell 7.2.3 UR:s totala kostnader fördelat per utbildningsområde 2023–2025 (miljoner kronor)

Kostnader per utbildningsområde	2023	2024	2025
Yngre barn (förskola, åk F–3)	69,9	86,1	88,9
Äldre barn (åk 4–6)	100,5	78,5	87,4
Unga (åk 7–9, gymnasium, folkbildning)	117,5	134,2	140,0
Högskola (inklusive pedagoger)	8,9	8,6	3,8
Folkhögskola, studieförbund och komvux	19,6	45,5	59,6
Folkbildning	149,0	124,5	96,4
Summa kostnader	465,4	477,4	476,1

* Avser endast kostnader för radio.

Resursförbrukning per utbildningsområde

UR:s programutbud är riktat till olika målgrupper eller utbildningsområden. Programproduktionskostnaderna fördelar sig per utbildningsområde enligt tabellerna 7.2.2 och 7.2.3. Kostnaden per område kan variera mellan åren beroende på de satsningar UR gör för att tillgodose behoven inom respektive utbildningsområde. Kostnadsandelen för utbildningsområdena yngre barn, äldre barn och unga (66,4 procent) är sammantaget större än kostnaden för högskola, studieförbund/folkhögskolor och folkbildning. Detta ligger i linje med UR:s ambition att stärka utbudet för barn och unga.

Investeringar

Under 2025 har UR gjort investeringar i studio, ljud, lagring, nätverk, servrar samt löpande underhållsinvesteringar för dator klienter, dator monitorer, studio, telefoner, kameror och uppgradering av mjukvaror. Under 2025 bytte UR även ut all belysning med kvicksilver till LED, en investering som kommer att leda till sänkta kostnader.

7.3 Produktivitet och kostnadseffektivitet

UR har valt att inte redovisa en ren snittkostnad per producerad eller tillgängliggjord timme som produktivetsmått, då det inte är en rättvisande indikator på UR:s produktivitet. Ett traditionellt produktivitetstal som kostnad per timme tar framför allt inte hänsyn till en för UR mycket viktig kvalitetsfaktor som utgörs av hur länge en produktion kan användas, alltså dess hållbarhet. Inte heller tar ett sådant produktivitetstal hänsyn till att produktionskostnaderna för olika programkategorier och genrer skiljer sig åt väsentligt. Att jämföra kostnaderna för en resurskrävande tv-



FOTO: FURNACE

dramaproduktion med en, relativt sett, väsentligt billigare radioproduktion ger ingen uppfattning om kvalitet eller produktivitet. UR har därför arbetat fram ett produktivetsmått som inkluderar hållbarhet och som utgår från utbildningsuppdraget. Måttet speglar hur effektivt UR har producerat programutbudet i förhållande till kostnaderna.

Produktivitet

Utgångspunkten för UR:s produktivetsmått är att det möjliggör en jämförelse av olika kategorier av produktioner, det vill säga produktioner per utbildningsområde för radio respektive tv i förhållande till kostnad. En viktig kvalitetsaspekt är hur lång hållbarhet ett program förväntas ha och hur länge det kan användas i en utbildningssituation. Varje program/programserie bedöms därför utifrån fastställda kriterier för att få fram produktionens hållbarhetsfaktor. Exempel på kriterier är om kunskapsinnehållet är beständigt över tid, om animation används för att förstärka det pedagogiska innehållet och därmed hållbarheten, om programmen innehåller daterat

faktainnehåll eller om det rör sig om en aktualitet.

För varje program/programserie uppskattas en förväntad hållbarhetstid, ett, fem eller tio år, som används som faktor i produktivetsberäkningen.

**Hållbarhetsfaktor = hållbarhetstid
x produktionsvolym**

Utifrån ovanstående resonemang tar UR fram ett medelvärde per utbildningsområde baserat på hållbarhetstid multiplicerat med produktionsvolym som ger en hållbarhetsfaktor. Exempel: produktionen *Vilken historia!* (åk 4–6) som producerades 2023 fick en hållbarhetstid på 10 år, denna multipliceras med produktionsvolymen 1,93 timmar vilket ger en hållbarhetsfaktor på 19,3.

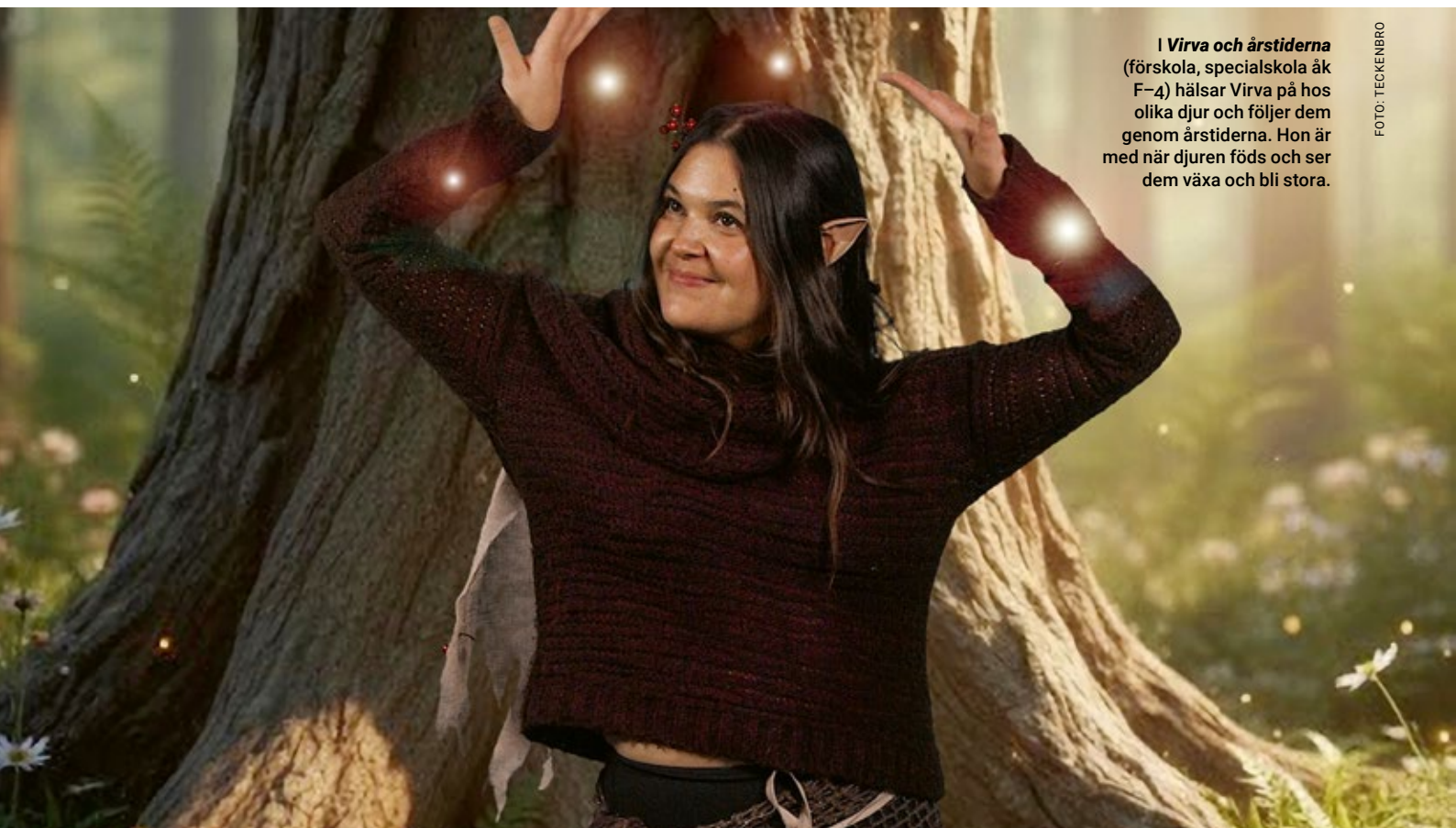
På samma sätt beräknas alla produktioner inom varje utbildningsområde. Därefter divideras det sammanlagda värdet för varje utbildningsområde med den totala produktionsvolymen vilket ger en viktad hållbarhetsfaktor per utbildningsområde (se tabell 7.3.1). När produktionen inom ett utbildningsområde har klassificerats på detta sätt, ►

I Hjärnans hemligheter med Jim Al-Khalili (folkbildning) får tittaren följa hjärnans utveckling från havsdjur till mänsklig intelligens.

Tabell 7.3.1 Hållbarhetsfaktor per utbildningsområde 2023–2025

Utbildningsområden	2023		2024		2025	
	Tv	Radio	Tv	Radio	Tv	Radio
Yngre barn (åk F–3)	8,6	8,3	8,9	7,9	8,8	9,4
Äldre barn (åk 4–6)	7,6	8,2	5,8	8,1	5,6	7,8
Unga (åk 7–9, gymnasium, folkbildning)	5,5	4,3	5,6	4,1	5,6	3,6
Högskola (inklusive pedagoger)	5,0	5,0	5,0	1,6	5,0	3,7
Folkhögskola, studieförbund och komvux	9,1	10,0	5,6	9,3	5,0	10,0
Folkbildning	5,5	7,4	5,0	5,9	5,3	5,3
Totalt	6,9	7,2	6,0	6,2	5,9	6,6

7. Så används pengarna



I **Virva och årstiderna** (förskola, specialskola åk F–4) hälsar Virva på hos olika djur och följer dem genom årstiderna. Hon är med när djuren föds och ser dem växa och bli stora.

FOTO: TECKENBRO

kan utbildningsområdets totala kostnad för varje producerad radio- respektive tv-timme divideras med det framräknade värdet, hållbarhetsfaktorn per utbildningsområde, för att få fram produktivitetsmättet i kronor för utbildningsområdet.

Tabell 7.3.2 Produktivitet i tusen kronor per utbildningsområde radio (kostnad/producerad timme justerat för hållbarhet)

Produktivitet per utbildningsområde radio	2023	2024	2025
Yngre barn (åk F–3)	52,8	51,5	61,8
Äldre barn (åk 4–6)	38,7	28,9	42,8
Unga (åk 7–9, gymnasium, folkbildning)	76,5	117,6	81,0
Högskola (inklusive pedagoger)	45,8	107,5	69,1
Folkhögskola, studieförbund och komvux	30,7	39,6	48,2
Folkbildning	20,8	30,7	36,8
Totalt	35,3	47,1	42,1

Tabell 7.3.3 Produktivitet i tusen kronor per utbildningsområde tv (kostnad/producerad timme justerat för hållbarhet)

Produktivitet per utbildningsområde tv	2023	2024	2025
Yngre barn (åk F–3)	102,0	115,4	116,0
Äldre barn (åk 4–6)	124,1	160,0	186,9
Unga (åk 7–9, gymnasium, folkbildning)	126,5	122,3	159,1
Högskola (inklusive pedagoger)	14,1	18,0	321,0
Folkhögskola, studieförbund och komvux	68,6	182,3	217,3
Folkbildning	47,6	50,6	47,7
Totalt	63,0	81,2	111,2

Produktivitet = totala kostnaden / hållbarhetsfaktor

Produktivitetsmättet ska tolkas så att ett lågt värde betyder hög produktivitet (se tabell 7.3.2 och 7.3.3). Ju högre hållbarhetsfaktor per produktion, desto lägre blir snittkostnaden och desto högre blir produktiviteten. UR har inte som mål att produktivitetsmättet ska vara detsamma för respektive utbildningsområde varje år. Mättet är i stället ett sätt att framför allt ta hänsyn till kvalitetsfaktorn hållbarhet och därmed bättre spegla hur effektivt UR har producerat programutbudet i förhållande till kostnaderna. Mättet ger också en mer rättvisande jämförelse av kostnader per utbildningsområde.

Kostnaden delad med hållbarhetsfaktorn gör att en dyr produktion som beräknas hålla under lång tid kan jämföras med en mindre resurskrävande produktion som kanske inte håller lika länge. Fördelen med UR:s produktivitetsmått är att det möjliggör jämförelse av snittkostnad per producerad radio- eller tv-timme inom och mellan olika utbildningsområden och år. Men det finns också svagheter med måttet.

Antalet produktioner inom respektive utbildningsområde varierar över åren och därmed kan en produktion med hög eller låg hållbarhetsfaktor få stort genomslag, vilket påverkar produktiviteten per utbildningsområde i kronor. Under vissa år, till exempel ett valår då UR producerar ett stort antal program kring valet och det demokratiska systemet,

får detta genomslag på produktiviteten då dessa program har ett större inslag av aktualiteter och därmed en lägre hållbarhet. Dessutom får stora resurskrävande satsningar genomslag ett visst år vilket avspeglas i produktivitetens mått för tv-produktioner år 2025, ett år då UR lade stora resurser på att utveckla egenproducerade dramor för framför allt barn och unga. Det blir också tydligt att utbudsvolymen påverkar produktivitetens mått. Tydligast avspeglas

"UR har gjort en medveten satsning på att lägga mer resurser på färre program för att höja kvaliteten på programutbudet."

detta i produktivitetens mått för högskola vilket beror på att verksamheten med att spela in och tillgängliggöra föreläsningar upphört. Dessa timmar var relativt billiga men hade mycket liten användning. I stället har resurser lagts på att utveckla nya format för högskolan, till exempel *Lyckas i klassrummet* (lärarfortbildning). Denna nödvändiga utveckling är resurskrävande och påverkar produktivitetens mått så som det är utformat.

UR har under 2025 producerat färre timmar än tidigare år, detta av en rad skäl. Dels har UR gjort en medveten satsning på att lägga mer resurser på färre program för att höja kvaliteten på programutbudet. Till exempel har UR producerat flera stora drama-serier vilket generellt är mer resurskrävande än andra genrer. UR har dessutom utvecklat ett helt nytt dramaformat med serien *Genom mina ögon* (åk 7–9) vilket har krävt extra resurser för utveckling.

En annan förklaring till de högre produktivitetens mått för till exempel unga har att göra med att UR under 2025 producerat fler program med aktualitetsinnehåll, vilket ger en kortare hållbarhet. Förutom *Nyhetsskoll* (åk 7–9, gymnasium) har flera dokumentärer producerats.

En viktig aspekt av produktivitet är i vilken utsträckning programmen används, att UR:s utbud upplevs som relevant. Något som först i efterhand går att mäta och som inte ryms i produktivitetens mått. UR:s utveckling av programutbudet de senaste åren med bland annat större fokus på dramaserier för utbildningen, nya programformat och fler aktualitetsprogram, är UR:s sätt att svara upp mot behov i olika målgrupper – något som också gett utdelning i form av ökad användning av programutbudet på såväl de

egna som externa plattformarna. UR:s utbud uppfattas därmed som relevant, bland lärare uppges 87 procent och bland allmänheten 75 procent att UR:s utbud är relevant vilket påvisar UR:s produktivitet.

Effektiviseringar av verksamheten

UR vidtar kontinuerligt åtgärder för att effektivisera verksamheten. De medel som UR tilldelas ska användas ansvarsfullt och effektivt för att så stor del som möjligt ska användas till programproduktion. Men medlen måste också räcka till utveckling av existerande tjänster som användarna förväntar sig. Utveckling av såväl innehåll som tjänster är helt nödvändigt för att UR ska uppfattas som relevant av användarna.

Med en årlig uppräknings av medlen som inte täcker de verkliga kostnadsökningarna, måste UR löpande genomföra nödvändiga effektiviseringar, men även besparingar. Ofta till följd av kostnadsökningar som UR inte kan påverka, exempelvis ökade kostnader för löneutveckling på arbetsmarknaden i stort, ökade distributionskostnader, variationer i inflation och flera andra kostnadsdrivande faktorer. Inte minst har den höga inflationen under de senaste åren varit kännbar då kostnaderna har ökat markant för flera av de varor och tjänster som UR köper in. Det handlar om ökade kostnader för allt från produktionsutlägg, rättigheter, textning av programmen och förbrukningsvaror till löner.

Under hela tillståndspanoroden 2020–2025 har UR genomfört kostnadsbesparingar kontinuerligt, bland ►

Nyfiken på Sverige (åk 4–6) är en animerad serie som på ett enkelt sätt introducerar det svenska samhället för den som är ny i Sverige. Serien finns tillgänglig på 15 språk, inklusive svenska, samt syn- och teckenspråkstolkad.

ILLUSTRATION: PATRIK ÅGEMÅLM



annat har effektivare processer för redigering, bildhantering och bildöverföring införts liksom nya verksamhetssystem. UR avvecklade även kontoren i Malmö och Göteborg i juli 2025, både av besparingsskäl men också för att uppnå bättre samordning och effektivare användning av resurserna inom audioproduktion.

Under 2025 har flera effektiviseringsåtgärder vidtagits. UR har till exempel fortsatt arbetet med att göra energieffektiviseringar och att minska energiförbrukningen. Löpande pågår också ett arbete med att utveckla smartare och effektivare arbetsprocesser som möjliggör effektivare utnyttjande av produktionsresurser. Även användningen av AI-verktyg i flera delar av verksamheten bidrar till effektivare arbetsprocesser.

"Varken pandemin eller kriget i Ukraina gick att förutse, däremot kunde UR snabbt ställa om verksamheten för att svara upp mot de behov som fanns inom såväl utbildningsväsendet som hos allmänheten."

Det är däremot svårt att målsätta hur stora effektiviseringar UR kan uppnå. Publicistisk verksamhet kan inte planeras utifrån hur stora effektiviseringar som kan tänkas genomföras. Detta eftersom det är otroligt svårt att förutse vilka behov verksamheten behöver svara upp emot. Varken pandemin eller kriget i Ukraina gick att förutse, däremot kunde UR snabbt ställa om verksamheten för att svara upp mot de behov som fanns inom såväl utbildningsväsendet som hos allmänheten. Därför är det av stor vikt att bedriva en verksamhet som är flexibel och därmed snabbt kan anpassa sig till nya förutsättningar och behov. Att uppnå målen i verksamheten blir i liknande situationer överordnat att målsätta graden av effektiviseringar.

Viktigast att nå uppsatta mål

Kostnadseffektivitet kan beskriva förhållandet mellan måluppfyllelse och resursförbrukning. För att produktionen av en tjänst eller vara ska anses vara kostnadseffektiv måste den sättas i relation till måluppfyllelsen. Det innebär, enligt en utvärdering från Oslo economics, *Evaluerings av NRKs arbeid med effektiv drift/2021-251-1030*, att nedskärningar eller

olika prioriteringar inte ska likställas med kostnadseffektivitet. Tvärtom kan budgetnedskärningar leda till minskad måluppfyllelse. Rapporten konstaterar också att det är viktigt för ett public service-bolag att ha tydliga målsättningar men att många av dessa mål inte är direkt mätbara.

För att UR ska nå uppsatta mål och leva upp till villkor i sändningstillstånd och medelsvillkor ser bolaget hela tiden över hur resurserna kan användas så effektivt som möjligt.

Utifrån public service-uppdraget och dess specifika villkor följer UR årligen upp såväl den effektprogramutbudet har som resursåtgången för programproduktion och lägger stor vikt vid kostnadseffektivitet i alla led för att säkerställa att UR når uppsatta mål i verksamheten. Medan ett kommersiellt företag kan välja bort verksamhet som anses olönsam eller för kostsam har UR inte möjlighet att välja bort delar i uppdraget på samma sätt.

I UR:s public service-uppdrag ingår bland annat att producera utbud till målgrupper i samhället som ingen annan aktör specifikt producerar ett utbud för. Det handlar till exempel om att producera ett utbud för de nationella minoriteterna och för elever i anpassad grund- och gymnasieskola, tillgänglighetstjänster som syn- och teckenspråkstolkning samt produktioner som bidrar till att stärka läskunnighet för elever i grundskolan eller svenska för invandrare. Dessa är viktiga och specifika public service-uppdrag som inte kan mätas och värderas på gängse (kommersiellt) vis – det är dyra minuter, men viktiga för att nå måluppfyllelse.

När UR till exempel väljer att producera program för en icke-hörande publik direkt på teckenspråk, i stället för att teckenspråkstolka innehåll, bidrar det till en större effekt (såväl nöjdhet i målgruppen som ökad användning av det teckenspråkiga utbudet) hos den icke-hörande målgruppen men till en högre kostnad per minut än program som riktar till bredare målgrupper. På samma sätt som specifika (smala) uppdrag måste även konstnärlig kvalitet och bredden i utbudet vägas in vid bedömning av effektiviteten i verksamheten. En dramaproduktion är betydligt mer resurskrävande än en inspelning av till exempel podden *Fatta familjen* (folkbildning) men bägge sorters produktion rymmer inom UR:s breda kunskapsuppdrag.

Nyckeltal för effektivitet

Ett sätt att mäta kostnadseffektivitet på är i vilken utsträckning UR når uppsatta mål utifrån de givna ramar som sändningstillstånd och medelsvillkor utgör.

För att påvisa effektivitet i verksamheten sätter UR de nyckeltal (strategiska mål) som redovisas utifrån den årliga attitydmätningen (se kapitel 2)



i relation till insatserna kopplat till de styrande strategier som UR tagit fram och arbetar utifrån. Hur dessa nyckeltal har förändrats över tid redovisar UR i kapitel 2 där de strategiska målen och deras utveckling under de senaste tre åren går att följa.

Dessa nyckeltal är också indikatorer som kan sättas i relation till UR:s insatser som påvisar effektivitet. Det vill säga att målen nås påvisar effektivitet.

Ett strategiskt mål som följs upp i den årliga attitydundersökningen under tillståndspanoroden 2020–2025 är till exempel att 88 procent av lärarna som har använt sig av UR:s utbud i undervisningen kan tänka sig att rekommendera detsamma till kollegor. Detta mål nåddes 2025 (se diagram 2.1.2).

Ytterligare ett uppsatt mål är att sex av tio bland allmänheten ska anse att UR har ett stort värde för samhället. I årets undersökning anser 59 procent detta (se diagram 2.1.1). Målet är därmed uppnått.

Andra nyckeltal är satta för att säkerställa uppfyllandet av villkor om att UR ska ha en omfattande nyproduktion för barn och unga och att tillgängligheten för syn- och teckenspråkstolkning ska prioriteras för barn och unga. Samtliga dessa villkor uppfylldes 2025. UR konstaterar dessutom att användningen av programmen ökat, under 2025 med drygt 10 procent på UR Play och på de externa plattformarna med 22 procent i genomsnitt.

För UR är kunskapsuppdraget helt centralt.

Strategier och strategiska mål styr, tillsammans med ekonomisk kontroll och resursfördelning med fokus på programproduktion, verksamheten mot visionen – kunskap för livet.

Sidoverksamhet

UR har under 2025 inte bedrivit någon sidoverksamhet.

Kommersiella samarbeten

UR har under 2025 inte deltagit i några kommersiella samarbeten. UR definierar (gemensamt med SVT och Sveriges Radio) kommersiellt samarbete enligt följande:

Samarbete med kommersiell aktör som genererar intäkter till UR. En kommersiell aktör driver verksamhet med syfte att generera vinst. Med ett kommersiellt samarbete avses inte en ren försäljning (till exempel visningsrätter) eller andra typer av mer passiva intäkter.

7.4 Så samarbetar public service-bolagen

I sitt beslut över public service-redovisningarna för 2024 ansåg granskningsnämnden att de tre bolagen hade uppfyllt kravet på samarbeten i medelsvillkor 17. Nämnden tillade dock att ”programföretagen redovisar liknande samarbeten som i föregående års redovisningar samt vissa förslag på samarbeten. ►

Dokumentärserien **Drömmen om en vardag** (gymnasium) följer några hemlösa ungdomar i Finland med en tillvaro präglad av otrygghet och missbruk. De drömmar om vanliga saker, som fast bostad, jobb och familj. Men det finns mycket i deras vardag och uppväxt som sätter krokben för att nå en normal vardag.

7. Så används pengarna

Redovisningarna skulle vinna i tydlighet på att i nästa års redovisning fokusera på faktiska och konkreta samarbeten som bolagen har initierat under det gångna året. Nämnden uppfattar villkorets formulering att ”söka samarbetsområden” så att detta tar sikte på att hitta nya samarbeten.”¹

Bolagen förstår nämndens önskemål men gör inte samma tolkning av villkorets formulering om att ”söka samarbetsområden”. Något stöd för tolkningen att dessa områden ska vara nya finns inte i de förarbeten som ligger till grund för de sändningstillstånd och medelsvillkor som gällde 2020–2025.

Många av de områden som är aktuella för samarbeten är samma från år till år, som exempelvis fastigheter med tillhörande tjänster, men utveck-

”Många av de områden som är aktuella för samarbeten är samma från år till år, som exempelvis fastigheter med tillhörande tjänster.”

lingen inom teknik, juridik, säkerhet och beredskap gör att förutsättningarna inom olika områden snabbt kan förändras och behöva förnyas. Även faktorer som priser eller leverantörsförändringar kan leda till att befintliga samarbeten och upphandlingar inom ett område behöver förändras.

Att dra en skarp gräns mellan vilka samarbetsområden som kan definieras som nya respektive gamla är därför i många fall svårt, och skulle kräva än mer detaljerade redogörelser för specifika delar av verksamheterna – vilket tar ytterligare tid och resurser i anspråk.

Söka samarbeten

De tre programbolagen UR, Sveriges Radio och SVT har var sin uppdrag men samarbetar i princip inom alla områden företagen är verksamma i. Samarbeten sker i första hand utanför programverksamheten, även om det också finns en rad exempel på publicistiska samarbeten kring program som *Musikhjälpen*, *Lilla Aktuellt skola* och *Nyhetskoll*.

De verkställande direktörerna för de tre public service-bolagen har regelbundna möten där befintliga samarbeten utvärderas samt förslag till föränd-

ringar och nya samarbetsmöjligheter diskuteras. På mötena medverkar ekonomi- och strategichefer.

Dessutom tar medarbetare på alla nivåer initiativ till olika typer av formella och mer informella samarbeten vid behov, och inte minst utbyten av kunskaper och erfarenheter mellan medarbetare på de olika bolagen sker löpande.

Under 2025 lanserade SVT och UR satsningen *Nyhetskoll* som är en gemensam redaktion som producerar nyheter riktade till tonåringar. Under 2025 fördjupades också samarbeten inom HR-frågor och Sveriges Radio tillhandahåller utbildningar från SR-akademien till de andra bolagen.

Programbolagen har också samarbetat kring AI-relaterade utvecklingsprocesser, strategiska och juridiska frågor där medarbetare identifierar möjliga samarbeten och kunskapsutbyten. AI-frågor är också integrerade i andra typer av regelbundna möten och befintliga samarbeten mellan företagets olika funktioner inom exempelvis HR, juridik, IT och omvärldsbevakning.

Som en följd av de besparingar de tre programbolagen genomfört under 2024–2025 fortsätter diskussioner kring att leverera fler tjänster till varandra samt andra möjligheter till samarbeten.

Arbetet med att löpande fortsätta utveckla och hitta nya samarbeten är med andra ord integrerat i företagets högsta beslutsnivåer och ut i organisationerna.

Principer för samarbete

När UR bedömer om det finns potential för samarbete mellan bolagen inom ett visst område finns det ett antal vägledande grundprinciper som samarbetet ska uppfylla. Samarbetet ska

- bidra till ett mer effektivt resursutnyttjande som frigör medel till journalistik och annat innehåll, eller stärker UR:s förmåga att uppfylla sitt särskilda utbildnings- och folkbildningsuppdrag,
- ta hänsyn till bolagens olika behov och inte äventyra bolagens oberoende,
- inte påverka bolagens säkerhets- och beredskapsansvar negativt.

Till den sistnämnda principen kan även tilläggas att det av redundansskäl är viktigt att bibehålla åtskilda strukturer och planering för delar av säkerhets- och beredskapsarbetet, eftersom det minskar sårbarheten avsevärt.

På en nationell mediemarknad inom ett litet språkområde som det svenska är det viktigt att stora medieaktörer värnar mångfalden i utbudet och en bredd i valet av ämnen, platser, röster och perspektiv. Bolagen samarbetar därför främst vid sidan av den redaktionella verksamheten, det vill säga inom de utgiftsområden som klassas som övriga kostnader (se nedan). Viktigt att poängtera är att samarbeten för ökad effektivitet och produktivitet inte enbart hand-

¹ GRN:s beslut om PS-redovisningarna för 2024.



lar om pengar. Det kan också handla om att hitta nya metoder för att uppfylla någon eller några delar av public service-uppdragen. Samarbete handlar ofta om kunskaps- och erfarenhetsutbyte som också stärker kompetensen inom bolagen och bidrar till effektivitet i verksamheten.

Olika typer av samarbeten

Samarbeten genomförs inom en rad områden och funktioner, vilka kan sammanfattas som:

- bolagsgemensamma upphandlingar
- det samägda serviceföretaget SRF
- gemensamma lokaler
- hållbarhet, säkerhet och kvalitet i utbudet
- extern dialog och kunskapsförmedling
- programverksamhet
- administration, arkiv och HR-frågor

Nedan följer kortare beskrivningar av vad som görs inom respektive område.

Bolagsgemensamma upphandlingar

De tre programbolagen UR, Sveriges Radio och SVT samt Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF) genomför varje år en lång rad gemensamma upphandlingar. Med några få undantag görs dessa inom ramen för LOU, lagen om offentlig upphandling. Under 2025 utgjorde den samlade summan för de tre programbolagens gemensamma upphandlingar cirka 1,5 miljarder kronor.

För UR:s del, med ett specifikt utbildnings- och folkbildningsuppdrag, kan behoven vara annorlunda än för Sveriges Radio och SVT som har andra uppdrag och behov och betydligt större verksamheter. UR är det mindre bolaget vilket ibland innebär att det kan vara mer rationellt och kostnadseffektivt för UR att anlita mindre leverantörer än vad Sveriges Radio och SVT har möjlighet att göra. Under 2025 var 62 procent av UR:s upphandlade inköpssumma bolagsgemensam, och 38 procent enskild. ►

I Snacka om språk (folkhögskola/studieförbund) möter skådespelaren och imitatören Rachel Mohlin sex kända svenskar som språket har haft en avgörande betydelse för.

7. Så används pengarna

Det samägda serviceföretaget SRF

SRF (Sveriges Radio Förvaltnings AB) är ett serviceföretag som ansvarar för gemensamma service- och stödfunktioner åt de tre programbolagen. Företaget arbetar på uppdrag av de tre programbolagen och sköter verksamheter som arkiv, telefonväxel, distribution, friskvård och fastighetsförvaltning. SRF är även fastighetsägare i Stockholm, Göteborg och Umeå.

SRF ägs av SVT (61 procent), Sveriges Radio (34,4 procent) och UR (4,6 procent) och finansieras genom att programbolagen avstår avgiftsmedel enligt en kostnadsfördelningsmodell. Under 2025 var den sammanlagda summan för medelsavståendet 290,4 miljoner kronor, varav UR:s andel var 15,7 miljoner kronor.

Som en följd av de tre programbolagens respektive besparingsprogram inleddes under 2024 en gemensam genomlysning av SRF:s kostnader vilket ledde till besparingar genom att avveckla vissa gemensamma funktioner som till exempel research- och biblioteksverksamheten. I stället har Sveriges Radio tagit över verksamheten. Genom fortsatt samarbete och avtal mellan programbolagen har medarbetare på UR och SVT fortsatt möjlighet använda sig av bibliotekstjänsterna.

Gemensamma lokaler

Bolagen har gemensamt med SRF ett fastighetsråd som samordnar lokal- och fastighetsfrågor, och programbolagen samlokaliserar och samutnyttjar lokaler där det är möjligt och rationellt. Cirka 75 procent av public service-bolagens medarbetare är samlokaliserade, det vill säga i fastigheter där två eller fler av bolagen bedriver verksamhet.

Alla tre bolagen är samlokaliserade i Göteborg² och Stockholm.

Sveriges Radio och SVT är samlokaliserade i Arvidsjaur, Borås, Kalmar, Kiruna, Linköping, Norrköping, Skellefteå, Visby samt Örnsköldsvik.

UR och Sveriges Radio är samlokaliserade i Malmö³.

Hållbarhet, säkerhet och kvalitet i utbudet

De tre public service-bolagen samarbetar bland annat även kring:

- hållbarhetsarbete, exempelvis gemensamma utbildningar för medarbetare samt samordnad utformning av företagens klimatredovisningar,
- säkerhetsarbete vid bland annat evenemang och vid de platser och lokaler i landet där bolagen

är samlokaliserade, samt i ett gemensamt säkerhetsråd,

- arrangemang som större evenemang, galor, viss kulturverksamhet och utdelning av utmärkelser,
- medfinansiering av medieforskning och publikundersökningar,
- språkvård och rådgivning,
- utbildningar inom programjuridiska frågor,
- tät dialog och erfarenhetsutbyten inom exempelvis juridik och lagstiftningsfrågor, publikanalys och flera andra områden,
- löpande dialog och samarbete för att utveckla public service-redovisningarna.

Gemensamt för dessa typer av samarbeten är att de är relativt svåra att kvantifiera i en sammantagen summa pengar, utan att det skulle kräva en omfattande administration. Detsamma gäller de nära samarbeten de tre bolagen har med de andra nordiska bolagen i en rad frågor, bland annat inom EBU (European Broadcasting Union) samt Nordvision vars syfte är att stärka public service i Norden. Medlemmarna samproducerar och utväxlar program, samutvecklar format och delar olika former av kunskap med varandra.

Bolagen medverkar dessutom tillsammans i olika typer av samarbeten inom mediebranschen som Utgivarna och det medietiska systemet MO/MEN (se kapitel 3.4, samt 3.5)

Extern dialog och kunskapsförmedling

De tre bolagen samarbetar också kring vissa typer av arrangemang som syftar till ökad kunskap om mediers roll och uppfyllande av krav på dialog med berörda grupper:

- UR, Sveriges Radio och SVT arrangerar tillsammans med lokala tidningshus *Fria ordets dag* där sjätteklassare över hela landet i en digital sändning får lära sig mer om journalistik, tryck- och yttrandefrihet samt källkritik (läs mer i kapitel 6.1). Under 2025 nådde *Fria ordets dag* en tredjedel av alla sjätteklassare i Sverige. Under 2025 har bolagen även sänt en version för landets niondeklassare, samt utvecklat en version för folkhögskolans allmänna linje som börjar sändas våren 2026.
- Tillsammans arrangerar de tre bolagen den årliga konferensen *PS Funk-dagen* där företrädare för olika organisationer med fokus på frågor om tillgänglighet och funktionsrätt möter företrädare för UR, Sveriges Radio och SVT (läs mer kapitel 3.5 samt 6.8).

Samarbeten kring program

De tre bolagen träffar varje år överenskommer för insatser på de nationella minoritets-

² Från och med 1 juli 2025 avvecklade UR kontoren i Göteborg och Malmö.

³ Se ovan.

Barnradions bokpris (åk 4–6) inspirerar barn till egen läslust. Juryn består 2025 av fem sjätteklassare – Latifa, Atle, Majken, Lisa samt Astrid – från Möllevångsskolan i Malmö. Tillsammans med programledaren Manuel Cubas läser och diskuterar de fem böcker och utser därefter årets bästa bok för 9–12-åringar.

FOTO: LINA ARVIDSSON



språken och teckenspråk samt för personer med funktionsnedsättning (se kapitel 6.7 samt 6.9). Bolagen samarbetar även redaktionellt kring några program:

- UR och Sveriges Radio samarbetar kring *Barnradions bokpris*.
- UR och SVT samarbetar kring *Lilla Aktuellt* och *Lilla Aktuellt skola*.
- UR, Sveriges Radio, SVT och Radiohjälpen samarbetar kring *Musikhjälpen*.
- UR och SVT samarbetar kring *Nybetskoll* med en gemensam redaktion som producerar nyheter riktade till tonåringar.
- Sveriges Radio och SVT samarbetar kring *Vi i femman*, *Världens barn*, *Melodifestivalen* och *Idrottsgalan* samt en del av Berwaldhallens konserter.
- Sveriges Radio och SVT samarbetar redaktionellt genom Sameradion/SR Sápmi och SVT Sápmi.

Administration, arkiv och HR-frågor

Sedan flera år sköter SVT på uppdrag av UR delar av UR:s ekonomi- och löneadministration i syfte att öka samarbete och effektivitet.

UR och SVT samarbetar kring ett gemensamt bibliotek/arkiv för rörligt material, Mark, dit alla programfiler skickas. •

Bolagsgemensamma upphandlingar

Under 2025 avslutade de tre programbolagen SVT, Sveriges Radio och UR i samarbete med Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF) 25 större gemensamma upphandlingar:

- Upphandlingar som omfattade samtliga public service-bolag avsåg resebyråttjänster, säkerhetsprodukter, IT, nätverksutrustning, arkitekt-tjänster, konstruktörstjänster, tryckeritjänster, budtjänster i Stockholm, restauratör och catering Stockholm, bank-tjänster, revisionstjänster, mobiltelefoner, servicetjänster och mindre entreprenader inom bygg, rör, ventilation och el.
- SVT, Sveriges Radio och UR genomförde gemensamma upphandlingar av installation av AV-utrustning och köp av fordon. SVT och Sveriges Radio genomförde gemensam upphandling av besökssystem. SVT och UR genomförde gemensamma upphandlingar av sändningsryggsäckar, säkerhetsutbildningar-utrikessäkerhet, camera tracking-system, kamera-tillbehör och specialkameror, säkerhetskonsulter och grundutredningar. SVT och SRF genomförde gemensam upphandling av byggentreprenad Framtidens TV-hus.
- Under 2025 påbörjades koncerngemensamma upphandlingar av profilprodukter, utbildningar i fältsäkerhet och akutsjukvård, posttjänster, röstningstjänst, SAK-försäkringar, prenumerationstjänster, larmsupport, marknadsundersökningar, företagshälsovårdstjänster, persondatorer, läsplattor och tillbehör.



A friend of Dorothy
(åk 7–9, gymnasium,
folkhögskola/
studieförbund) är en
prisbelönt, brittisk
kortfilm om den
oväntade vänskapen
mellan Dorothy och
tonåringen JJ.

FOTO: FILTHY GORGEOUS PRODUCTIONS

Planer för framtiden

Demokrati, lärande och kunskap står i centrum för UR:s public service-uppdrag och under ett valår som 2026 blir detta extra tydligt. När AI-genererat innehåll ökar i omfattning och desinformation tar sig nya former kan UR:s programutbud utgöra en motvikt till rykten och osanningar.

Samhället och omvärlden präglas av snabba förändringar, såväl tekniska som politiska, och det säkerhetspolitiska läget är sämre än på länge. Samtidigt urholkas sanningsbegreppet, fakta och åsikter blandas ihop och tilltron till forskning och vetenskap minskar. Mot den bakgrunden växer behovet av opartisk journalistik och faktabaserat innehåll från trovärdiga källor. Här har UR och andra redaktionella medier en viktig uppgift att erbjuda ett relevant innehåll. Att användningen av UR:s programutbud under 2025 ökade med drygt 10 procent är ett tecken på att UR erbjuder ett relevant innehåll.

2026 går UR in i en ny uppdragsperiod som sträcker sig över åtta år. Stora delar av uppdraget förblir detsamma, som utbildningsuppdraget och bredden i utbudet. En stor förändring är att de nya villkoren omfattar ett teknikneutralt uppdrag, vilket innebär att UR:s uppdrag kan uppfyllas såväl i marknätet som på UR:s digitala plattformar. En annan stor förändring är att UR har fått ett utökat beredskapsuppdrag som omfattar även höjd beredskap, vilket innebär att UR:s programverksamhet ska fortsätta även om det värsta händer, att Sverige hamnar i krig. Framför allt ska UR i en sådan situation vara ett stöd till skolan och fortsatt erbjuda ett relevant utbud.

Hur funkar demokratin?

Under 2026 är det val till riksdag, kommuner och regioner. Inför dessa val kommer UR att producera ett programutbud för flera olika målgrupper med fokus på vad en demokrati är och hur man kan göra sin röst hörd. För barn kommer det bland annat att synas i *Lilla Aktuellt skola* (åk 4–6), men också i programserier som *Demokratiskt land* (åk 4–6). Serien tar avstamp i barns vardag och tar med tittaren på en spännande och dramatisk resa genom historien och utvecklingen av våra demokratiska rättigheter. Hur kommer det sig att vi har yttrandefrihet i Sverige? Och hur gick det till när vi fick rösträtt?

För unga kommer *Nyhetskoll* (åk 7–9) att bevaka valrörelsen, med ungas perspektiv i fokus både i *Nyhetskoll – veckan*, som sammanfattar veckans viktigaste händelser, och i *Nyhetskoll – fördjupning*. Till exempel kommer partiledarna för samtliga riksdagspartier i det nya formatet 30 sekunder få svara på så många frågor de hinner – på 30 sekunder.

Nyhetskoll som lanserades i januari 2025 har snabbt funnit en publik som dessutom växer kontinuerligt och formatet kommer under året att utvecklas för fler målgrupper. Först ut är ►



FOTO: CARL-MIKEL STRÖM / BBC NORDIC STUDIOS PRODUCTIONS

I Leahs magiska glasögon (åk 4–6) får nyinflyttade Leah tag i ett par glasögon som visar sig innehålla en hyperintelligent AI. Ju mer hon använder glasögonen, desto mer vänds hennes liv upp och ner.

Nyhetskoll – teckenspråk (åk 7–9) som vänder sig till teckenspråkstalande och därefter görs en version av *Nyhetskoll* för anpassad skola och gymnasium.

Unga är intresserade av samhällsfrågor men upplever ofta att de inte har någon möjlighet att påverka. Men vad engagerar de unga och vad är viktigast för dem? För att ta reda på det kommer *Tänk till* att åka ut på Sverigeturné för att lyfta de ungas röster och frågor. Men också för att visa på bredden och mångfalden av ämnen som engagerar unga. Det är inte säkert att unga i Arjeplog engagerar sig i samma slags frågor som unga i Örebro eller i storstadsregionerna.

I tv-serien *Vart är vi på väg?* (ung folkbildning) utforskar influeraren Finn Alden Joyce vår samtid med humor och glimten i ögat. Han undersöker allt från varför woke verkar dött, hur världsmaktsordningen har förändrats till varför unga tjejer och killar står så långt ifrån varandra politiskt.

Motverka desinformation

Att kunna upptäcka och motstå desinformation och att kunna verifiera fakta och bilder blir allt viktigare för att navigera i ett demokratiskt samhälle. Digital källkritik såväl som källtillit är centrala kompetenser i en tid av artificiell intelligens, AI. Med AI:s intåg i vår digitala vardag möter vi allt oftare AI-genererat innehåll. Ibland är syftet att underhålla oss men ofta att missleda oss och att skapa tvivel. UR ser ett växande behov, både inom utbildningsväsendet och i allmänheten, att skapa ett innehåll som visar hur man källkollar när röster och bilder så enkelt kan fejkas. UR kommer därför fortsätta att utveckla

programproduktioner till skolan och allmänheten för att bidra med kunskap i det paradigmskifte som pågår. För barn och unga kommer detta synas bland annat i *Nyhetskoll* och *Lilla Aktuellt skola* men även i *Orka plugga*.

Desinformation, manipulerade bilder och påverkanskampanjer tar allt större plats i valrörelser. Därför fokuserar den tredje säsongen av *Vem ska jag tro på?* (komvux) på riksdagsvalet. Vad är journalistikens roll i en demokrati och hur kan vi som medborgare göra för att verifiera information både i allmänhet och i synnerhet under en valrörelse är exempel på frågor som undersöks. Men också hur hotet från främmande makt och påverkansoperationer, förstärkta av AI, kan se ut.

Dokumentärer för föräldrar

Under våren är det premiär för en serie dokumentärfilmer med föräldrar som målgrupp. Genom vardagsnära skildringar får tittaren möta föräldrar som utmanas lite extra i sina roller som föräldrar. Hur håller man ihop som par när vardagen präglas av sömnbrist, utbrott och att bara få vardagen att gå ihop? Och hur hittar man en tydlig roll som bonuspappa?

En del i dokumentärsatsningen är *De i gråzonen*, en film där tittaren möter föräldrar vars barn riskerar att radikaliserars på nätet i antidemokratiska eller våldsbejakande ideologier. Hur ska man som förälder agera? Och finns det någon väg ut? Förutom föräldrarna får tittaren möta unga, experter och de som dagligen arbetar för att motverka extremism för att ge verktyg till oroliga föräldrar.



FOTO: GABRIEL LILJEVALL

Utbildning, lärande och drama i fokus

UR kommer de närmaste åren att öka andelen utbildningsprogram för barn, unga och vuxna. För komvux och sfi görs en satsning på svenska som andraspråk, till exempel *Svenska för alla* som på lätt svenska fokuserar på korta dialoger i igenkännbara miljöer. Och för den som håller på att knäcka läskoden kommer ytterligare en säsong av *Lässugen* (åk F–3).

UR kommer dessutom att fortsätta att utveckla starka kunskapsdramer för framför allt grundskolan, något som är efterfrågat av såväl lärare som elever. UR:s kunskapsdrama *Genom mina ögon* (åk 7–9) får nya episoder som alla tar avstamp i de delar av kursplanen som kan upplevas som särskilt komplexa eller svårångade. Och i radiodramat *Pojken utan minnen* (åk 4–6) får lyssnaren möta 15-åriga Mateo som efter en hemsk moppeolycka vaknar upp på sjukhuset med stora minnesluckor. Snart upptäcker han att det är något med avdelningen som inte stämmer – den är hemsökt. Serien tar upp teman som utanförskap i den egna familjen, prestationskrav och livet efter döden.

Utmaningar framöver

UR arbetar kontinuerligt med effektiviseringar av verksamheten. Syftet är att de medel som UR tilldelas ska användas ansvarsfullt och att så mycket medel som möjligt ska användas till UR:s kärnverksamhet, det vill säga att producera, sända och tillgängliggöra program. Men för att programmen ska nå sina användare krävs även att UR lägger betydande resurser på kommunikation om och distribution av programutbudet för att nå effekt och ökad räckvidd. Behovet av utveckling inom dessa områden kom-

mer fortsätta framåt med oförminskad kraft vilket kräver fortsatta investeringar. Ett exempel är att möta upp lärarnas behov av att enklare hitta och använda programutbudet genom ett personligt inlogg.

Villkoret om att erbjuda ett mångsidigt utbud i såväl marknätet som på de digitala plattformarna är i grunden positivt för UR:s möjligheter att distribuera programutbudet till användarna på de plattformar de föredrar – men det finns också flera utmaningar i detta. UR har ingen egen marksänd kanal utan är beroende av att SVT och Sveriges Radio upplåter utrymme i deras kanaler. Hur UR:s möjligheter att sända i marknätet påverkas om något av bolagen väljer att minska antalet marksända kanaler är oklart, liksom hur de kraftigt ökade kostnaderna för marknätet ska fördelas.

Utökat beredskapsuppdrag

UR:s beredskapsuppdrag har utökats och omfattar numera även höjd beredskap. Förutom att planera för att kunna leverera nytt, aktuellt programutbud som svarar mot snabbt uppkomna kunskapsbehov, såväl till skolan som till allmänheten, handlar beredskapsplaneringen också om att utveckla UR:s verksamhet för att den ska vara så robust som möjligt. Det handlar bland annat om att se över olika interna processer och distributionen över internet för att öka redundansen. Kostnaderna för UR:s utökade beredskapsuppdrag kommer att stiga men för detta har UR inte blivit kompenserade i medelstilldelningen.

Sammantaget gör detta att UR framöver måste prioritera än mer bland olika åtgärder med målet att programinnehållet ska påverkas så lite som möjligt. •

I andra säsongen av **Poeter och analfabeter** (komvux) tar sig komikerna Messiah Hallberg, Albin Olsson och Christoffer Nyqvist an litteraturen – och precis vad som helst kan hända. Här ryms allt från tvivelaktiga tolkningar och briljanta sidospår till oväntade livsinsikter.

I **Newsreel World**
(gymnasium) presenteras
nyheter från hela den
engelskspråkiga världen
på avancerad engelska.

FOTO: PRASHANT/UNSPLASH



Bilagor

Bilaga 9.1 Kontakter med utbildningsväsendet

Förskolor

- Almviksgårdens förskola, Malmö
- Backa förskola, Katrineholm
- Badhusbergets förskola, Lysekil
- Djurgårdsvyn, Stockholm
- Eken, Motala
- Fågelsången, Sollentuna
- Förskolan Hasselvägen, Falun
- Förskolan Sörgården, Säfle
- Förskolecenter Pelikanen, Strängnäs
- Hammarenhöj, Österlen
- Jössastigens förskola, Karlshamn
- Klöverängens förskola, Örebro
- Kunskapsgatans förskola, Göteborg
- Kyrseberstornet förskola, Malmö
- Laxöns förskola, Halmstad
- Lervils förskola, Lomma
- Mällby förskola, Strömstad
- Norrgårdens förskola, Knivsta
- Pusselbiten förskola, Skellefteå
- Skogsgläntan, Skarpnäck
- Skogstorpets förskola, Uppsala
- Skårgårdens förskola, Trosa
- Stora Lokets förskola, Kungsbacka
- TP Förskolor i Täby
- Viktoriagårdens förskola, Norrtälje
- Vårholmsbackarna, Stockholm

Skolor – grundskolor och gymnasieskolor, inkl. anpassad skolf orm

- Adolf Fredriks musikklasser, Stockholm
- Alexandraskolan, Göteborg
- Alfred Dalinskan, Jönköping
- Alirskolan, Bollnäs
- Anna Whitlocks gymnasium, Stockholm
- Annerstaskolan, Huddinge
- Bikupan, Lessebo
- Birgittaskolan, Örebro
- Bjuvs kommun – anpassad grundskola
- Borås kristna skola, Borås
- Britsarvsskolan, Falun
- Bruksgymnasiet Gimo, Östhammar
- Bäckadalsgymnasiet, Jönköping
- Bäckagårdsskolan i Malmö
- Bäckaskolan, Gnosjö
- Celciussskolan, Uppsala
- Dalviksskolan, Jönköping
- De la Gardiegymnasiet i Lidköping
- Djurgårdsskolan, Eskilstuna
- Droppen, Haparanda
- Elinelundsskolan, Malmö stad
- Elinsborgsskolan, Helsingborg
- Engelbrektskolan, Örebro
- Entréskolan, Enköping
- Eriksdalsskolan, Stockholm
- Flatåsskolan, Göteborg
- Fribergaskolan, Danderyd
- Fridegårdsgymnasiet, Håbo kommun
- Fruängens skola, Älvsjö
- Furuhedsskolan, Kalix
- Gränbyskolan, Uppsala
- Gustav Vasa skola, Stockholm
- Gylle skola, Borlänge
- Hagagymnasiet, Norrköping
- Hagaskolan, Dals-Ed
- Hammarskolan, Vännäs
- Hillelskolan, Stockholm
- Hälsinggårdsskolan, Falun
- Hörstaskolan, Kumla
- Jensen grundskola, Stockholm
- Jonstorpsskolan, Höganäs
- Järvaskolan, Kista
- Kista grundskola
- Kristinaskolan, Härnösand
- Kulturama gymnasium, Stockholm
- Kvarnbackaskolan, Kista
- Långsjöskolan, Huddinge
- Manillaskolan, Stockholm
- Marieskolan, Eslöv
- Marifredsskolan, Mariefred
- Minnebergsskolan, Arvika
- Mogaskolan, Svenljunga
- Mullsjöskolan, Mullsjö
- Musikugglan, Karlskrona
- Mälarhöjdens skola, Stockholm
- Mörbyskolan, Danderyd
- Nolas skolan, Örnköldsvik
- Nordhemsskolan, Göteborg
- Norrevångsskolan, Karlshamn
- Nya Elementar, Bromma
- Nya Stenulaskolan, Malmö
- Nönsnäs gymnasiet, Stenungsund
- Olaus Petriskolan, Örebro
- Örnasskolan, Borlänge
- Oxhagsskolan, Akalla
- Oxievångsskolan, Malmö
- Pilskolan, Uppsala
- Pilträddsskolan, Västerås
- Polhems anpassade gymnasieskola, Stockholm
- Påarps skola, Helsingborg
- Riksgymnasiet för döva och hörselskadade, Örebro
- Röllingbyskolan, Österåker
- S:ta Gertruds skola, Sigtuna
- Sagaskolan, Sigtuna
- Sannaskolan, Göteborg
- Sigfridsborgsskolan, Älta
- Silvaskolan, Hässleholm
- Slottsbronns skola, Grums
- Släbrosskolan, Nyköping kommun
- Snösätra skola, Rågsved
- Solanderskolan, Piteå
- Steningehöjdens skola, Sigtuna kommun
- Svarträvens skola, Övertorneå

- Svenska skolan i London
- Sverigefinska skolan, Eskilstuna
- Södra skolan, Falun
- Tullängsskolan, Örebro
- Tunaskolan, Lund
- Täby friskola, Täby
- Vikbolandsskolan, Norrköpings kommun
- Vikingaskolan, Haninge
- Viktor Rydbergs skolor, Stockholm
- Virginska skolan, Örebro
- Vänerskolan, Vänersborg
- Wallbergsskolan, Halmstad
- Ystad gymnasium
- Åsbackaskolan, Gneta
- Åsöskolan, Stockholm
- Älta skola, Nacka
- Älvegårdsskolan, Göteborg
- Östermalmsskolan, Umeå
- Östervångsskolan, Lund
- Östra skolan, Malmö

Högskolor och vuxenutbildning

- ABF
- Bilda
- Birkagårdens folkhögskola
- Borås högskola
- Botkyrka vuxenutbildning
- Gymnastik och Idrottshögskolan
- Göteborgs universitet
- Hjo folkhögskola
- Huddinge vuxenutbildning
- Högskolan Borås
- Judiska folkhögskolan Paideia
- June folkhögskola, Jönköping
- Kaggeholms folkhögskola
- Karlstads universitet
- Komvux, Falkenberg
- Kungliga musikhögskolan, Stockholm
- Linnéuniversitetet
- Luleå universitet
- Lunds universitet
- Röda Korsets folkhögskola, Skärholmen
- Sensus, Åh
- Sfi Aneby, Åsö, Liljeholmen, Hudiksvall m fl
- Skurups folkhögskola
- Stadsmissionens folkhögskola, Stockholm
- Stockholms universitet
- Studieförbundet Vuxenskolan
- Södertörns högskola
- Umeå universitet
- Uppsala universitet
- Vuxenutbildningen, Botkyrka kommun
- Västansviks folkhögskola
- Västerås yrkeshögskola

Myndigheter och organisationer

- Aktiva Seniorer, Medborgarskolan, Skövde
- Arbetsförmedlingen, Stockholm
- Järva
- Författarcentrum
- Goethe-Institut
- Göteborgs naturhistoriska museum
- Institutet för mänskliga rättigheter
- Institutet för språk och folkminnen
- Kalmar länsmuseum
- Kriminalvården
- Landsrådet för Sveriges barn- och ungdomsorganisationer
- Medierådet
- MUCF
- Naturhistoriska riksmuseet
- Nordiska museet
- Palovaara Multilingual
- PRO
- Resursbiblioteket för meänkieli
- Riksantikvarieämbetet
- RISE
- Romska resursbiblioteket i Oxie
- Sameskolstyrelsen,
- Samiskt språkcentrum
- SeniorNet
- Skolinspektionen
- Skolverket
- Språkrådet
- Stockholms läns Bildningsförbund
- Sverigefinska lärarförbundet
- Swedish Film
- Unesco
- Unicef
- Örebro Dövas Ungdomsförening

Bibliotek och mediecentraler

- AV Media Dalarna, Skåne, Kalmar, Kronoberg m fl
- Bergsjö bibliotek
- Biblioteksregion, Dalarna mfl
- Biblioteksutveckling Region Jämtland Härjedalen
- Digidelcenter
- Digiteket, Malmö
- Fisksätra bibliotek
- Forumbiblioteken, Nacka
- Järfälla mediecenter
- Kungliga biblioteket
- Mediacenter Västerbotten
- Mediapolen Västra Götaland
- Mediateket, Helsingborg
- Mediateket, Stockholm
- Mediacenter, Jönköpings län
- Mediacenter, Region Västerbotten
- Mediapoolen, Borås
- Motala bibliotek
- Norrköpings mediecenter
- Pedagogiskt center, Helsingborg
- Regionbiblioteket i Norrbotten
- Skolmedia
- Älvdalens sockenbibliotek

Bilaga 9.2 Uppfyllelse av krav i sändningstillstånd

ST	Villkor	Utfall	Kapitel
ST 1	Sända ljudradio- och tv-program.	UR har sänt 344 timmar radio och 2 233 timmar tv.	4.1
ST 2	Sända sökbar text-tv.	UR har sänt text-tv.	4.1
ST 3	Ska kunna tas emot av alla.	UR sändningar har kunnat nås av hela befolkningen.	3.10, 3.11, 4.1
ST 4	Använda analog utsändningsteknik för ljudradio.	UR använde analog utsändningsteknik i radio.	3.10
ST 5	Använda digital utsändningsteknik vid sändning av tv.	UR använde digital utsändningsteknik i tv.	3.10
ST 6	Hög kvalitet vid utsändning. Samverka i tekniska frågor. Ingå avtal API enligt europeisk standard.	Den tekniska kvaliteten var hög. Under 2025 har UR samverkat med SVT kring flera tekniska frågor. Har ej använt sådan tjänst.	3.10
ST 7	UR har ett mångsidigt programutbud. UR tillhandahåller ett varierat utbud på det svenska språket. Jämställdhet och mångfald. Spegling av hela landet.	UR har en spridning i utbudet mellan olika utbildningsområden och ämnen. 34,4 procent av UR:s sändningar är på svenska, UR värnar svenska språket. Intern speglingsmätning har gjorts under 2025. Villkoret följs upp i attitydundersökning samt speglingsmätning.	5 3.7, 6.7 5.4 2.1, 5.4
ST 8	Utveckla och vidga sitt utbildningsutbud. UR ska koncentrera programverksamheten till utbildningsområdet och därutöver tillhandahålla ett utbud av folkbildningsprogram. Programverksamheten ska inkludera barn- och ungdomsutbildning, högskole- och annan vuxenutbildning samt studieförbund och folkhögskolor. Förstärka, bredda och komplettera de insatser som görs av andra på dessa områden. Användarna ska ges möjligheter att framföra synpunkter och önskemål gällande programverksamheten.	Utbildningsutbudet har utvecklats och vidgats. UR har koncentrerat programverksamheten till utbildningsområdet och därutöver tillhandahållit ett utbud av folkbildningsprogram. Programverksamheten har inkluderat barn- och ungdomsutbildning, högskole- och annan vuxenutbildning samt studieförbund och folkhögskolor. UR förstärker, breddar och kompletterar de insatser som görs av andra på dessa områden. Användarna har getts möjligheter att framföra synpunkter och önskemål gällande programverksamheten	6.1 5 5, 6 5, 6 2, 3.5, 6.8, 6.9
ST 9	Variation i produktionsformer.	UR har haft variation i produktionsformer.	3.2, 3.3
ST 10	Barn och unga. Språkliga behov hos barn och unga.	UR erbjuder ett varierat utbud för barn och unga, har en omfattande nyproduktion och egenproduktion för barn och unga. UR har utvecklat programverksamheten för äldre barn och unga. UR tar hänsyn till språkliga behov hos barn och unga tillhörande språkliga eller etniska minoriteter.	6.2 6.5 6.9
ST 11	Tillgänglighet.	UR har uppfyllt kraven på tillgängliggörande och tillgänglighet.	6.7
ST 12	Mångsidigt utbud som speglar de olika kulturer som finns.	UR har ett mångsidigt utbud som speglar olika kulturer.	6.4, 6.6, 6.9
ST 13	Nationella minoritetsspråk och teckenspråk.	Bolagens sammantagna utbud på nationella minoritetsspråk och svenskt teckenspråk har uppgått till minst 2019 års nivå. Bolagens sammantagna utbud på jiddisch har ökat jämfört med 2019 års nivå. UR:s förstasändningar på finska, jiddisch, meänkieli, romani chib, samiska samt svenskt teckenspråk har ökat jämfört med 2019 års nivåer.	6.9 6.9 6.9
ST 14	Opartiskt och sakligt.	UR har utövat sändningsrätten opartiskt och sakligt.	3.4
ST 15	Beriktigande.	Ingen begäran om beriktigande har inkommit 2025.	3.4
ST 16	Genmäle.	Ingen begäran om genmäle har inkommit 2025.	3.4
ST 17	Enskildes privatliv.	Utbildningar genomförs och redaktionella samtal förs löpande för att respektera den enskildes privatliv.	3.4
ST 18	Tv:s och radions särskilda genomslagskraft.	Utbildningar genomförs och redaktionella samtal förs löpande för att ta hänsyn till ljudradions och tv:s särskilda genomslagskraft.	3.4
ST 19	Reklam.	UR sänder inte reklam.	3.3
ST 20	Direkt sponsring. Indirekt sponsring.	Ingen sponsring har förekommit.	3.3
ST 21	Reklam enligt 17 §.	Reglerna följs.	3.3
ST 22	Produktplacering.	Ingen produktplacering har förekommit.	3.3
ST 23	Hög säkerhet.	UR håller hög säkerhet.	3.11
ST 24	Beredskapsplaner. Samråd med MSB.	UR skickar årligen in en beredskapsplan till MSB och Kulturdepartementet Samarbete med MSB sker.	3.11
ST25	Högsta beredskap.		3.11

Bilaga 9.3 Uppfyllelse av krav i medelsvillkor

ST	Villkor	Utfall	Kapitel
MV 1	Verksamheten ska bedrivas rationellt, åtgärder ska vidtas för ökad effektivitet och produktivitet.	UR har bedrivit verksamheten rationellt och genomfört åtgärder för ökad produktivitet och effektivitet.	7
MV 2	Medel till kärn- och kompletterande verksamhet.	Medlen har huvudsakligen använts till kärnverksamheten.	7
MV 3	Sidoverksamhet.	UR har under 2025 inte bedrivit sidoverksamhet.	7.3
MV 4	SRF.	UR har anslagit medel till SRF.	7
MV 5	Distribution.	SVT står enligt avtal för UR:s distributionskostnader i marknätet.	7.2
MV 6	Sändningar.	UR har sänt i SR:s och SVT:s kanaler samt i Kunskapskanalen som samägs av UR och SVT. Allmänheten kan ta emot UR:s sändningar utan särskild betalning utöver radio- och tv-avgiften.	4.1
MV 7	Teknisk utveckling av produktions- och distributions-teknik.	UR har deltagit i den tekniska utvecklingen av distributionsteknik för radio och tv. De egna plattformarna har prioriterats vid distribution på internet.	3.9 3.10 4.2
MV 8	Utbudet ska utformas på sådant sätt att så många som möjligt kan tillgodogöra sig programmen.	UR arbetar kontinuerligt med att tillgängliggöra program-utbudet för att så många som möjligt ska kunna tillgodogöra sig programmen.	4, 6
MV 9	Distribution på externa plattformar.	UR har en policy för närvaro och distribution på tredjeparts-plattformar.	4.4
MV 10	Sändningar utanför Sverige.	UR har inte tillgängliggjort sändningar utanför Sverige.	4.1
MV 11	Kärn-, kompletterande och sidoverksamhet.	UR har en god balans mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet.	4.5
MV 12	Tillgängligheten till och kunskap om programmen. Samarbeta med aktörer inom utbildning och forskning.	UR samverkar med flera aktörer.	3.2, 3.3, 3.5, 5.2, 6.7
MV 13	Överenskommelser mellan bolagen.	Överenskommelser har gjorts mellan bolagen och sänts in till Kulturdepartementet och Mediermyndigheten.	6.7, 6.9
MV 14	Förhandsprövning av nya tjänster/väsentliga förändringar av befintliga tjänster inom kompletterande verksamhet.	Inga nya/väsentliga förändringar av befintliga tjänster inom ramen för kompletterande verksamhet har gjorts.	3.6
MV 15	Regional indelning av organisation.	UR är lokaliserat till Stockholm, Göteborg och Malmö.	7.4
MV 16	Livskraftig produktionsmarknad i hela landet.	UR har under 2025 bidragit till en livskraftig produktionsmarknad i hela landet genom produktionsutlägg.	3.2
MV 17	Sändningstid.	Avtal finns och ingen oenighet har uppstått.	4
MV 18	Upphörande av sändningstillstånd.		
MV 19	Redovisning av uppdraget.	Se denna public service-redovisning.	
MV 20	Programstatistik, programkategoriers andel av sändningstid, resursförbrukning för respektive kategori.	Programstatistiken är utformad så att jämförelser över tid är möjlig.	3, 4, 5, 6, 7
MV 21	Bolagen ska sträva efter att utveckla gemensam redovisningsform.	Bolagen har samarbetat för att ta fram ny och gemensam struktur för redovisningen för tillståndperioden.	1.1
MV 22	Revisorer.	Revisorer granskar såväl denna redovisning som budget-underlagen. Revisorsintyg bifogas.	

Bilaga 9.4

Nationella minoritetsspråk, förstasändningar alla bolagen

2023	SR	SVT	UR	Totalt	Index SR	Index SVT	Index UR	Index snitt
Finska	4 271,18	154,06	19,19	4 444,43	117	112	110	113
Jiddisch	9,28	3,91	6,77	19,96	309	196	816	440
Meänkieli	393,62	29,47	6,39	429,48	105	123	178	135
Romani chib	152,45	43,02	8,77	204,24	97	139	129	121
Samiska	740,33	103,41	10,50	854,24	100	112	124	112
Teckenspråk	0,00	94,72	17,40	112,12	0	111	109	110
Totalt	5 566,86	428,59	69,02	6 064,47	146	132	244	172

2024	SR	SVT	UR	Totalt	Index SR	Index SVT	Index UR	Index snitt
Finska	4 525,27	159,12	19,40	4 703,79	124	115	111	117
Jiddisch	9,28	6,98	3,72	19,98	309	349	448	369
Meänkieli	375,40	29,85	6,61	411,86	100	124	184	136
Romani chib	153,45	38,01	8,91	200,37	98	123	131	117
Samiska	743,17	107,71	10,59	861,47	100	117	125	114
Teckenspråk	0,00	95,48	17,62	113,10	0	112	110	111
Totalt	5 806,57	437,15	66,85	6 310,57	146	157	185	161

2025	SR	SVT	UR	Totalt	Index SR	Index SVT	Index UR	Index snitt
Finska	4 632,29	144,96	19,38	4 796,63	127	105	111	114
Jiddisch	9,95	6,82	4,00	20,93	332	341	501	391
Meänkieli	339,53	27,10	6,68	373,31	90	113	186	130
Romani chib	151,50	39,11	9,02	199,63	96	126	132	118
Samiska	740,75	97,99	10,80	849,54	100	107	127	111
Teckenspråk	0,00	93,74	18,41	112,15	0	110	115	113
Totalt	5 874,02	409,72	68,45	6 352,19	149	150	195	163

Nationella minoritetsspråk, sammantagen volym alla bolagen

2023	SR	SVT	UR	Totalt	Index SR	Index SVT	Index UR	Index snitt
Finska	7 494,46	462,21	44,16	8 000,83	100	123	105	109
Jiddisch	13,28	7,79	10,73	31,80	190	260	358	269
Meänkieli	1 138,57	66,80	21,43	1 226,80	103	108	113	108
Romani chib	443,45	100,24	22,60	566,29	100	132	113	115
Samiska	1 469,00	171,57	23,87	1 664,44	103	106	114	107
Teckenspråk	0,00	229,44	38,33	267,77	0	102	104	103
Totalt	10 558,76	1 038,05	161,12	11 757,93	119	138	151	135

2024	SR	SVT	UR	Totalt	Index SR	Index SVT	Index UR	Index snitt
Finska	7 448,78	434,87	55,37	7 939,02	99	115	132	115
Jiddisch	13,28	20,82	7,41	41,51	190	694	247	377
Meänkieli	1 188,10	74,85	22,10	1 285,05	107	121	116	115
Romani chib	446,45	78,15	23,61	548,21	101	103	118	107
Samiska	1 467,67	172,03	23,34	1 663,04	103	106	111	107
Teckenspråk	0,00	228,76	40,41	269,17	0	101	109	105
Totalt	10 564,28	1 009,48	172,24	11 746,00	120	207	139	154

2025	SR	SVT	UR	Totalt	Index SR	Index SVT	Index UR	Index snitt
Finska	7 510,44	383,03	45,16	7 938,63	100	102	108	103
Jiddisch	13,95	14,35	8,09	36,39	199	478	270	316
Meänkieli	1 071,79	62,79	22,73	1 157,31	97	101	120	106
Romani chib	574,50	83,33	22,44	680,27	129	110	112	117
Samiska	1 462,83	163,39	22,35	1 648,57	102	101	106	103
Teckenspråk	0,00	234,21	42,23	276,44	0	104	114	109
Totalt	10 633,51	941,10	163,00	11 737,61	126	166	138	142

Bilaga 9.5 Sändningstillstånd för Sveriges Utbildningsradio AB 2020–2025

Sveriges Utbildningsradio AB (UR) har till uppgift att bedriva programverksamhet inom utbildningsområdet i allmänhetens tjänst. Verksamheten ska präglas av oberoende och stark integritet och bedrivs självständigt i förhållande till såväl staten som olika ekonomiska, politiska och andra intressen och maktsfärer i samhället.

Tillståndets innebörd, tid och upphörande

UR meddelas tillstånd att sända rikstäckande analog ljudradio, tv och sökbar text-tv i enlighet med 4 kap. 3 § och 11 kap. 1 § radio- och tv-lagen (2010:696). Sändningstillståndet innebär rätt att i hela landet under hela dygnet sända program med utnyttjande av Sveriges Television AB:s (SVT) och Sveriges Radio AB:s (SR) sändningsutrymme, enligt överenskommen som träffas bolagen emellan, samt att sända så många samtidiga program som det tillgängliga sändningsutrymmet medger. Att samtidigt sända ett rikstäckande program innebär rätt att dela upp sändningen i regionala sändningar.

Se också kompletterande sändningstillstånd för UR med rätt att sända digital ljudradio respektive tv i hd-tv-kvalitet.

Tillståndet gäller från och med den 1 januari 2020 till och med den 31 december 2025. Detta tillstånd kan återkallas enligt bestämmelserna i 18 kap. 1, 2 och 7 §§ radio- och tv-lagen.

Tillgodoräknande av programverksamhet på internet UR får vid uppfyllande av 7–13 §§ i detta tillstånd tillgodoräkna sig programverksamhet som bedrivs på företagets egna plattformar på fritt tillgängliga och öppna delar av internet. Varje enskilt innehållsvillkor ska huvudsakligen uppfyllas i marknätet. Samma program ska inte kunna tillgodoräknas mer än en gång under ett år.

Villkor för sändningsrätten

Sändningstillståndet ska förenas med följande villkor, vilka UR godtagit enligt 4 kap. 14 § och 11 kap. 5 § radio- och tv-lagen.

Allmänna bestämmelser

1 § UR ska sända ljudradio- och tv-program.

2 § UR ska sända sökbar text-tv.

För dessa sändningar gäller 14–17 och 19–21 §§ i detta tillstånd.

3 § UR ska utforma sändningarna på sådant sätt att de inte bara kan tas emot av en begränsad del av allmänheten i sändningsområdet.

4 § UR ska använda analog utsändningsteknik för ljudradio.

5 § UR ska använda digital utsändningsteknik vid sändning av bild och ljud för marksänd tv.

6 § Den tekniska kvaliteten på sändningarna ska vara hög. UR ska samverka i tekniska frågor med övriga innehavare av tillstånd att sända tv-program. UR ska ingå avtal som medför att den som utför utsändningstjänsten, eller annan aktör som överenskommit mellan UR och övriga tillståndshavare, sänder en elektronisk programguide som presenterar de olika programtjänsterna på ett likvärdigt sätt och inte på ett otillbörligt sätt gynnar vissa företag eller finansieringsformer. Om UR sänder tjänster för vilka det krävs att mottagaren använder en styrprogramvara (Application Programme Interface, API) ska en standard som är upptagen i Europeiska kommissionens förteckning över standarder och/eller specifikationer för elektroniska kommunikationsnät, kommunikationstjänster och tillhörande faciliteter och tjänster användas. UR ska härutöver när det är relevant samverka med övriga innehavare av tillstånd att sända tv-program kring frågor som berör multiplexering och åtkomstkontroll.

Innehållet i sändningarna

7 § UR ska erbjuda ett mångsidigt programutbud. I detta ligger att tillhandahålla ett varierat utbud på det svenska språket.

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

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

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

8 § UR ska utveckla och vidga sitt utbildningsutbud. UR ska även fortsättningsvis koncentrera sin programverksamhet till utbildningsområdet och därutöver tillhandahålla ett utbud av folkbildningsprogram.

Programverksamheten på utbildningsområdet ska inkludera barn- och ungdomsutbildning, högskole- och annan vuxenutbildning samt studieförbund och folkhögskolor. Verksamheten ska inriktas på att förstärka, bredda och komplettera de insatser som görs av andra på dessa områden. Användarna av UR:s programverksamhet, särskilt inom utbildningsväsendet, ska ges möjligheter att framföra synpunkter och önskemål gällande programverksamheten.

9 § UR ska verka för mångfald i programverksamheten genom en variation i produktionsformer. Vid sidan om en betydande egen programproduktion ska utläggningar, samarbetsprojekt och inköp av program bidra till denna variation liksom utomstående medverkan i den egna programproduktionen.

Barn och unga

10 § UR ska erbjuda ett varierat utbud av program för och med barn och unga. Programmen ska på barns och ungas egna villkor förmedla nyheter och fakta samt kulturella och konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen.

UR ska ha en omfattande nyproduktion och egen produktion av program för barn och unga.

UR ska särskilt utveckla programverksamheten för äldre barn och unga.

UR ska ta hänsyn till de språkliga behoven hos barn och unga som tillhör språkliga eller etniska minoritetsgrupper eller är teckenspråkiga.

Kultur

11 § UR ska erbjuda ett mångsidigt utbud som speglar de olika kulturer som finns i Sverige och innehåller program från olika delar av världen.

Tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning

12 § UR ska beakta behoven hos personer med funktionsnedsättning. Ambitionsnivån när det gäller möjligheterna för personer med funktionsnedsättning att tillgodogöra sig UR:s utbud ska höjas och tillgängligheten förbättras genom anpassning av utbudet enligt 4 kap. 9 § punkt 5 i radio och tv-lagen, genom tillgänglighetstjänster enligt 5 kap. 12 § i radio och tv-lagen och genom anpassning och utformning av sändningarna enligt 11 kap. 3 § punkt 4 i samma lag. Det långsiktiga målet är att hela utbudet görs tillgängligt för alla medborgare.

Tillgängligheten till program för barn och unga ska prioriteras.

UR ska fortsatt prioritera god hörbarhet, bl.a. genom att vid utformningen av sändningarna beakta att bakgrunds-ljud kraftigt kan försämra möjligheten för personer med hörselnedsättning att ta del av utbudet. Detta gäller särskilt för ljudradiosändningar.

Program ska produceras för särskilda målgrupper. I fråga om program om och för personer med funktionsnedsättning får UR, SR och SVT sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser.

UR ska ha en kontinuerlig dialog med de berörda grupperna.

Ytterligare krav avseende tillgänglighetstjänster finns i regeringens beslut om tillgänglighetstjänster i UR.

Minoritetsspråk och teckenspråk

13 § UR:s förstasändningar på vart och ett av de nationella minoritetsspråken samiska, finska, meänkieli, romani chib och jiddisch samt på teckenspråk ska öka under tillståndsperioden jämfört med 2019 års nivåer.

UR:s samlade programutbud på samiska, finska, meänkieli och romani chib samt på teckenspråk ska, sammantaget med SR:s och SVT:s utbud, uppgå till minst 2019 års nivå. Det samlade utbudet på jiddisch ska, sammantaget med SR:s och SVT:s utbud, öka under tillståndspanoden jämfört med 2019 års nivå.

UR ska även erbjuda ett utbud på andra minoritetsspråk. UR ska ha en kontinuerlig dialog med de berörda grupperna.

UR, SR och SVT får sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser avseende den programverksamhet som omfattas av denna bestämmelse.

Hur sändningsrätten ska utövas

14 § Sändningsrätten ska utövas opartiskt och sakligt. UR ska beakta att en vidsträckt yttrandefrihet och informationsfrihet ska råda i ljudradio och tv.

UR ska före sändning av program så noggrant som omständigheterna medger kontrollera sakuppgifter i programmet. Ämnesval och framställning ska ta sikte på vad som är relevant och väsentligt.

15 § Uppgifter som förekommit i ett ljudradioprogram ska beriktigas när det är befogat. Om en begäran om beriktigande bifalls ska ett beriktigande sändas så snart det kan ske i ett för publiken naturligt sammanhang.

En begäran om beriktigande ska behandlas skyndsamt.

Bestämmelser om beriktigande av tv-sändningar finns i 5 kap. 4 § radio och tv-lagen.

16 § Den som har befogat anspråk på att bemöta ett påstående ska ges tillfälle till genmäle. Om en begäran om genmäle bifalls ska ett genmäle sändas så snart det kan ske i eller i anslutning till program av samma eller likartad karaktär som det som anmärkningen avser.

Om en skriftlig begäran om genmäle har avslagits av UR ska bolaget lämna information till den berörde om förut-sättningarna för att anmäla bolagets beslut eller dess handläggning av ärendet till granskningsnämnden för radio och tv. Ett beslut om avslag ska innehålla uppgifter om skälen för avslaget.

En begäran om genmäle ska behandlas skyndsamt.

17 § Den enskildes privatliv ska respekteras i programverksamheten om inte ett oavvisligt allmänt intresse kräver annat.

18 § UR ska ta hänsyn till ljudradions och tv:s särskilda genomslagskraft när det gäller programmens ämnen och utformning samt tiden för sändning av programmen.

Villkor för reklam, sponsring och produktplacering

19 § UR får inte sända reklam. Förbudet omfattar inte reklam för egen programverksamhet eller för programverksamhet från SR och SVT, utbildningsmaterial eller andra liknande produkter med direkt anknytning till programmen.

20 § UR får inte sända sponsrade program där sponsor-bidraget har tillfallit UR direkt.

UR får sända sådana indirekt sponsrade program som framställs eller har framställts i samarbete med någon annan som fått bidrag från utomstående för sin andel av produktionen, där UR köpt en visningsrätt/sändningsrätt till ett färdigproducerat eller icke färdigproducerat program som fått bidrag, eller som senare får bidrag från utomstående, och som framställs eller har framställts av programföretag i ett annat land inom ramen för åtagande gentemot Europeiska Radiounionen där bidrag till produktionen lämnats från utomstående.

Sträng restriktivitet ska råda när det gäller indirekt sponsrade program som vänder sig till barn under 12 år.

Bestämmelser om sponsringsmeddelande finns i 7 kap. 4–8 §§ och 15 kap. 10 § radio- och tv-lagen.

21 § Vid sändning av reklam enligt 19 § behöver inte reklam-inslagen omges av ljud- och bildsignaturer enligt 8 kap. 5 § första stycket och 15 kap. 1 § radio- och tv-lagen eller vara minst en minut långa enligt 8 kap. 2 §.

22 § UR får inte sända program där produktplacering enligt 3 kap. 1 § 10 radio- och tv-lagen förekommer.

Beredskaps- och säkerhetsfrågor

23 § UR ska upprätthålla en hög säkerhet för produktion och distribution. Sändningarna ska ske med så god säkerhet att eventuella sändningsavbrott blir så korta som möjligt. UR ska ställa höga krav på de leverantörer som anlitas för program-insamling och distribution av egensändningar.

24 § UR ska utifrån en risk- och sårbarhetsanalys analysera och värdera sändningsverksamheten så att avbrott så långt som möjligt kan undvikas. Detta arbete ska ske efter samråd med Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB). Analysen ska resultera i beredskapsplaner som utöver säkerheten i marknätet särskilt ska uppmärksamma säkerheten i distributionen över internet. Beredskapsplanerna ska årligen före den 1 mars lämnas till Regeringskansliet (Kulturdepartementet) och till MSB för kännedom.

25 § Om högsta beredskap råder i landet ska SR och SVT utgöra självständiga organisationer med totalförsvarsupp-gifter och lyda direkt under regeringen. UR:s resurser ska i en sådan situation tillföras SR och SVT. Om skärpt beredskap råder i landet får regeringen om det finns särskilt behov av detta förordna att vad som sägs i första meningen i detta stycke ska gälla.

De bestämmelser om bolagets programverksamhet som intagits i tillståndsvillkor och medelsvillkor ska vara väg-ledande också för den verksamhet som bedrivs under skärpt beredskap och vid fredstida krissituationer.

**Bilaga 9.6 Medelsvillkor för 2020–2025
avseende Sveriges Utbildningsradio AB**

Medelstilldelning
Prop. 2018/19:136, bet. 2019/20:KrU2, rskr. 2019/20:20.

Medelsanvisning	
2020	445 100 000
2021	454 000 000
2022	463 100 000
2023	472 300 000
2024	481 800 000
2025	491 400 000

Medlen utbetalas från public service-kontot i Riksgälds-kontoret.

Medlen på public service-kontot förvaltas av Kammar-kollegiet och betalas ut månadsvis till Sveriges Utbildnings-radio AB (UR) enligt förordningen (2018:1897) om finansiering av radio och tv i allmänhetens tjänst.

Villkor
Medelstilldelningen ska förenas med följande medelsvillkor som gäller från och med den 1 januari 2020 och till och med den 31 december 2025.

Ekonomiska förutsättningar

1. UR ska inom tillgängliga ekonomiska ramar göra de priori-teringar som krävs för att uppfylla uppdraget. Verksamheten ska inom ramen för uppdraget bedrivas rationellt. UR ska kontinuerligt vidta åtgärder som syftar till ökad effektivitet och produktivitet. Ett led i detta är att söka samarbetsområden med Sveriges Radio AB (SR) och Sveriges Television AB (SVT). De åtgärder som vidtas kan leda till medelsavstående mellan programföretagen.

2. Medlen ska användas för företagets kärnverksamhet. Kärnverksamheten är att producera och sända radio- och tv-program till allmänheten, och att producera och tillhandahålla radio- och tv-program till allmänheten på företagets egna plattformar som finns på fritt tillgängliga och öppna delar av internet. Medlen ska också i förekommande fall användas till kompletterande verksamhet, dvs. verksamhet som syftar till att utveckla och stödja kärnverksamheten och förbättra möjligheterna för allmänheten att tillgodogöra sig denna.

3. Sidoverksamheter till UR:s sändningsverksamhet ska bära sina egna kostnader och i övrigt bedrivs på ett konkurrens-neutralt sätt i förhållande till andra företag som tillhandahåller motsvarande tjänster. Sidoverksamheter ska redovisas som egna resultatområden. Det ska finnas en resultaträkning och, om god redovisningssed så kräver, en balansräkning för dessa verksamheter. Redovisningen ska ingå som en del av års-redovisningen som granskas av bolagets revisorer.

4. UR ska tillsammans med SR och SVT avstå medel för Sveriges Radio Förvaltnings AB:s kostnader enligt avtal mellan programföretagen. I avtalet ska även eventuella medelsavstånden mellan programföretagen som följer av punkt 1 redovisas.

5. SVT ska enligt bolagets medelsvillkor betala SVT:s och UR:s sammanlagda distributionskostnader i enlighet med avtal mellan bolagen.

Verksamhet

6. UR:s sändningar riktade till Sverige ska kunna tas emot av allmänheten utan villkor om särskild betalning.

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

8. Utbudet ska utformas på ett sådant sätt att så många som möjligt kan tillgodogöra sig programmen. UR bör iaktta försiktighet när det gäller satsningar på oprövad teknik eller teknik som inte alla lyssnare och tittare har tillgång till.

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

10. UR får utnyttja SVT:s sändningsutrymme med syfte att nå allmänheten i Finland och övriga världen. Sändningarna ska i allt väsentligt utgöras av UR:s ordinarie sändningar. Till den del sändningarna görs tillgängliga utanför Sverige ska verksamheten bära sina egna kostnader.

11. UR ska särskilja vad som är att betrakta som kärnverksamhet och kompletterande verksamhet och upprätthålla en god balans i omfattningen mellan dessa. Den kompletterande verksamheten ska utgå från och ha en tydlig koppling till kärnverksamheten.

Sidoverksamheter ska inte ges en sådan omfattning eller vara av sådan karaktär att de kan riskera att inkräkta på kärnverksamheten eller skada förtroendet för radio och tv i allmänhetens tjänst.

12. UR ska fortsatt ägna särskild uppmärksamhet åt tillgängligheten till och kunskap om programmen. En del i detta är att samarbeta med aktörer inom utbildning och forskning för att öka tillgängligheten till föreläsningar.

13. Överenskommelser mellan SR, SVT och UR rörande insatser på minoritetsspråk och teckenspråk samt för personer med funktionsnedsättning ska sändas till regeringen (Kulturdepartementet) och Myndigheten för press, radio och tv innan verksamhetsåret börjar.

Förhandsprövning

14. Nya tjänster av större betydelse eller väsentliga ändringar i befintliga tjänster inom ramen för den kompletterande verksamheten som UR vill lansera ska anmälas till regeringen för godkännande. Anmälan ska även sändas till Myndigheten för press, radio och tv. Anmälan ska vara utförlig och tydlig. Den ska så långt det är möjligt utformas för att kunna utgöra underlag för ett öppet remissförfarande.

Anmälan ska innehålla

- En utförlig beskrivning och motivering av tjänsten som utgår från tjänstens värde för publiken och relevans för uppdraget i allmänhetens tjänst,
- En redogörelse för vad tjänsten tillför i relation till existerande egna respektive andras tjänster,
- En beskrivning av hur tjänsten påverkar övrig verksamhet, bl.a. med avseende på ekonomiska konsekvenser,
- En redogörelse för målgrupp och förväntad användning bland befolkningen,

- Uppgifter om planerad lansering och expansion,
- En bedömning av tjänstens marknadspåverkan, t.ex. med avseende på vilka aktörer som påverkas och hur, och
- En kortfattad sammanfattning av ovanstående.
- Anmälan av en tjänst till förhandsprövning behöver inte göras om verksamheten pågår i högst 12 månader,
- Om tjänsten är begränsad geografiskt eller i fråga om publik, eller
- Om avsikten med tjänsten är att få erfarenheter av och kunskap om en ny teknik eller innovativ tjänst.
- Om en tjänst inte godkänns ska företaget upphöra att erbjuda tjänsten.

Organisation

15. UR bestämmer om regional indelning av organisationen.

16. UR ska bidra till att stärka en livskraftig produktionsmarknad i hela landet. UR ska i dialog med externa produktionsbolag säkerställa att företagets organisation för inköp och beställning av extern produktion präglas av tydlighet.

17. UR ska fördjupa sitt samarbete med SR och SVT när det gäller fördelning och placering av sändningstid för UR:s program så att de får ett brett genomslag. Om oenighet uppstår mellan företagen ska frågan avgöras av en skiljenämnd enligt lagen (1999:116) om skiljeförfarande.

18. Staten får, om UR:s sändningstillstånd upphör, inlösa byggnader, inredning och utrustning samt övriga inventarier och installationer som tillhör UR. Kan överenskommelse inte träffas om lösenbeloppet, ska detta bestämmas av tre värderingsmän som utses enligt lagen (1999:116) om skiljeförfarande. UR ska medverka till att företag som staten bestämmer utan särskilt vederlag får överta de lokaler som UR förhyrt. UR medger att personal anställd för programverksamheten får övergå till anställning i sådant företag senast när tillståndet upphör att gälla.

Redovisning och revision

19. UR ska årligen följa upp och redovisa hur uppdraget i allmänhetens tjänst har fullgjorts enligt villkor i sändningstillstånd, medelsvillkor och andra beslut av regeringen som meddelats med stöd av radio- och tv-lagen (2010:696). Redovisningen ska ges in till regeringen (Kulturdepartementet) och Myndigheten för press, radio och tv senast den 1 mars varje år.

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

Den programverksamhet på internet som UR vill tillgodoräkna sig (vid uppfyllandet av uppdraget) ska redovisas tydligt och utförligt i redovisningen.

UR ska redovisa och kommentera hur uppdraget fullgjorts med avseende på bl.a. volym, kostnader och intäkter samt nyckeltal som visar effektivitet och produktivitet. Samarbets- och effektiviseringsåtgärder ska rapporteras i redovisningen.

UR ska särskilt redogöra för företagets intäkter vid sidan av avgiftsmedel. I den redovisningen ska ingå:

- Vilka kommersiella samarbeten som företaget har deltagit i och vilka intäkter de har genererat, med förtydligande exempel,
- Hur företaget har säkerställt sitt oberoende vid kommersiella samarbeten och vid indirekt sponsring,
- Företagets kontakter med olika delar av utbildningsväsendet och vilka satsningar som gjorts med anledning av det utökade utbildningsuppdraget, och
- eventuella sidoverksamheter som företaget har bedrivit.

UR ska redovisa hur företaget arbetar för att tillämpa riktlinjerna om distribution på plattformar som inte är företagets egna.

UR ska redogöra för vilka nya programtjänster eller andra tjänster av större betydelse inom ramen för kärnverksamheten och den kompletterande verksamheten som har lanserats under året. Detta gäller oavsett om tjänsterna har anmälts för godkännande enligt punkt 14 eller inte. För de tjänster som har lanserats på försök ska det anges hur lång försökstid som har planerats för dessa.

20. Programstatistiken ska utformas så att jämförelser blir möjliga över tid. Redovisningen ska uttrycka olika programkategoriers andel av den totala sändningstiden, när olika



programtyper sänds samt resursförbrukningen för respektive kategori. Redovisningen ska även avse omfattningen av tittande och lyssnande och publikens reaktioner samt företagets planer för kommande år.

21. SR, SVT och UR ska i samverkan fortsatt utveckla sin redovisning med inriktning på att så långt som möjligt åstadkomma en gemensam redovisningsform som kan tillämpas i den årliga redovisningen. I arbetet ska ingå att definiera och operationalisera centrala begrepp i tillstånds- och medelsvillkoren, ta fram konkreta uppföljningsbara resultatmått baserade på dessa och att utveckla arbetet med att mäta

och redovisa olika indikatorer på kvaliteten och särarten i programutbudet. Resultatmått bör utformas så att de ger väsentlig information om uppdraget och förmedlar viktiga erfarenheter av verksamheten. Programföretagen ska på olika sätt stimulera en fortlöpande offentlig diskussion om verksamheten.

22. UR ska säkerställa att företagets revisorer ges möjlighet att granska företagets redovisning enligt punkt 19 och, i förekommande fall, särredovisningar av uppdrag i särskilda regeringsbeslut. Utlåtande över dessa granskningar ska ske i särskilda revisorsintyg som tillställs regeringen (Kulturdepartementet).

Bilaga 9.7 Policy för UR:s närvaro på tredjepartsplattformer

UR:s policy omfattar principer för UR:s närvaro på tredjepartsplattformer (TPP). Policyn är utformad utifrån UR:s distributionsstrategi samt regeringens proposition 2018/19:36 *Ett modernt public service nära publiken*.

Policyn ska ses som ett levande dokument som ses över med regelbundenhet.

1. Syftet med UR:s närvaro på tredjepartsplattformer

Tredjepartsplattformer (TPP) definieras såväl som sociala medieplattformer (t. ex. Facebook, Instagram) som distributionsplattformer (t. ex. Youtube, Spotify). Med distribution och kommunikation på TPP strävar UR efter att:

- bredda och öka användningen av UR:s utbud genom att presentera relevant utbud för olika målgrupper,
- bygga en relation med, och bidra till dialog med användarna för ökat lärande, diskussion och inspiration till att dela med sig till andra, samt
- vara en trovärdig aktör i ett allt mer polariserat medielandskap.

2. UR:s kriterier och principer för närvaron på kommersiella tredjepartsplattformer

UR lyder under yttrandefrihetsgrundlagen (YGL) som reglerar yttrandefriheten i radio- och tv-sändningar, film, video och andra elektroniska medier. UR kan inte garantera att publiceringar på TPP sker inom ramen för YGL. Att publicera sig utanför YGL innebär bland annat att UR:s ansvarigt utgivarskap inte gäller. UR tar däremot ansvar för hela den publiceringsyta som UR arbetar på och kan påverka.

Samma programetiska principer som tillämpas i marknätet ska tillämpas vid publicering på TPP. Detta gäller framför allt saklighet, opartiskhet, respekt för privatlivet, otillbörligt gynnande av kommersiella intressen, hänsyn till mediets genomslagskraft och försvar av demokratins grunder.

För diskussionsforum och kommentarsfunktioner på webben gäller lagen om elektroniska anslagstavlor som reglerar UR:s ansvar vid efterhandsmoderering. UR tillämpar även de regler och villkor som gäller för sändningsverksamheten även på verksamheten. Det gäller t. ex. villkoren i sändningstillståndet. Dessutom är UR förstås skyldigt att följa alla andra lagar och regler. UR förutsätter att tredjepartsplattformer efterlever upphovsrättslagen, dataskyddsförordningen (GDPR) samt att det finns en transparens om policy för skydd av minderåriga etc.

UR:s hållning till kommersiella tredjepartsplattformer är att UR:s närvaro där är viktig men att den samtidigt ska vara restriktiv och präglas av oberoende och stark integritet/stort ansvar. UR ska aldrig vara beroende av någon TPP som distributionskanal.

3. UR:s målgrupper på tredjepartsplattformer

Kommersiella tredjepartsplattformer ger UR nya möjligheter att leva upp till sitt uppdrag och nå relevanta målgrupper. Via dialog i sociala medier kan publiken komma med synpunkter på UR:s produktioner och bidra till programutveckling.

På kommersiella tredjepartsplattformer vill UR nå:

- Unga 13–16 år
- Unga vuxna 16–24 år
- Unga vuxna och vuxna med migrationserfarenhet 20–35 år
- Lärare/pedagoger
- Segmenterade målgrupper inom en kunskapsintresserad allmänhet
- Personer som tillhör nationella minoriteter
- Föräldrar (som har barn upp till 15 år)
- Teckenspråkstalande

Barn under 13 år är inte en målgrupp för UR på dessa tredjepartsplattformer.

4. Köpt marknadsföring/sponsring

Vid utvalda tillfällen väljer UR att sponsra innehåll på TPP. Det vill säga att UR betalar för ett inlägg som ska marknadsföra UR:s utbud. UR kan köpa marknadsföring i sociala medier framför allt vid programlanseringar, olika evenemang och för att uppmärksamma vissa satsningar och erbjudanden. UR kan också i vissa fall köpa marknadsföring i sociala medier för att nå målgrupper med dialoginnehåll för att säkerställa att UR når ut till en mångfald av användare som speglar Sveriges befolkning. UR köper inte marknadsföring i sociala medier av innehåll som består av rena nyhetsinslag eller enskilda rapporteringar. Oavsett om tredjepartsplattformens egen policy tillåter det eller inte, köper inte UR marknadsföring riktad mot barn under 13 år.

5. Kriterier för urval av plattformer

UR väljer plattform utifrån följande kriterier:

- God träffsäkerhet, räckvidd och relevans i den tänkta målgruppen.
- Möjlighet att kunna publicera audio- och/eller videomaterial.
- UR ser gärna att det finns stöd för undertexter.
- Användarna av UR:s innehåll ska uppleva att UR:s material återges med hög ljud- och bildkvalitet.
- UR ser gärna att plattformen ger UR förutsättningar att vara tekniskt innovativ.

UR följer noga utvecklingen av de olika tredjepartsplattformer där UR publicerar innehåll och utvärderar om UR:s närvaro på dessa lever upp till de olika kriterier och mål UR har ställt upp.

6. Principer för att distribuera/marknadsföra på de utvalda plattformarna

Dessa principer gäller för UR:s närvaro på kommersiella tredjepartsplattformer:

- Det redaktionella ansvaret och suveränitet för UR:s program ligger på UR. Det enda innehåll som finns tillgängligt på plattformen är det innehåll som UR har valt att publicera där. Det får inte publiceras tjänster/innehåll från UR på kanaler som inte UR är ansvarigt för och kan kontrollera.
- UR tar aldrig del av reklamintäkter och UR:s innehåll ska inte brytas av reklam eller någon annans innehåll. UR tar inte del av reklamintäkter från TPP och tjänar inte pengar på närvaron på en plattform. På dessa plattformer måste UR kunna välj bort reklam på sina egna kanaler, konton och andra distributionsformer.
- Fri tillgång till UR:s program. Användare ska inte behöva betala extra för UR:s innehåll. Innehåll ska inte krypteras. UR ska inte betala för att publicera innehåll på tredjepartsplattformer.
- Möjlighet att skapa egen kanal/sida/konto för ökad kontroll. UR tar ansvar för hela den publiceringsyta på TPP som UR verkar på och kan påverka. Varje konto/kanal som UR startar på TPP ska ha ett tydligt syfte, en strategi, samt en plan för avpublicering.
- Kontroll över UR:s varumärke. Plattformen ska möjliggöra att det är tydligt att innehållet tillhör UR
- Säkerställande av användartrygghet. UR ska kunna garantera en trygghet för användaren på de ytor som UR styr över, till exempel kommentarsfälten på UR:s egna konton och kanaler.

7. UR:s agerande när principerna bryts

Eftersom UR har kontroll över sina egna kanaler, konton och andra distributionsformer kan UR alltid agera själv och oberoende genom att avpublicera/blockera sitt innehåll om en plattform bryter mot de principer som nämns ovan. En annan möjlighet är att avpublicera eller ändra publiceringen enligt avtal med tredjepartsplattformerna.

I andra säsongen av den animerade serien **Grannar** (sfi, komvux) lär sig eleverna svenska genom att följa grannarna i ett hus i olika vardagliga utmaningar och glädjeämnen. Med humor och oväntade slut är tanken att ge ytterligare bränsle till samtal.



ILLUSTRATION: JESSICA LAURÉN/GOLDSPOON

© 2026 Sveriges Utbildningsradio AB

Kontakt: UR Strategi, 105 10 Stockholm

Redaktör: Mette Hultgren

Skribenter: Maria Almström, Christina Friborg, Åsa Hemborg, Mette Hultgren, Annelie Lindmark, Danjel Nam, Peder Olsson, Jannike Qvarnsköld, Thomas Widén

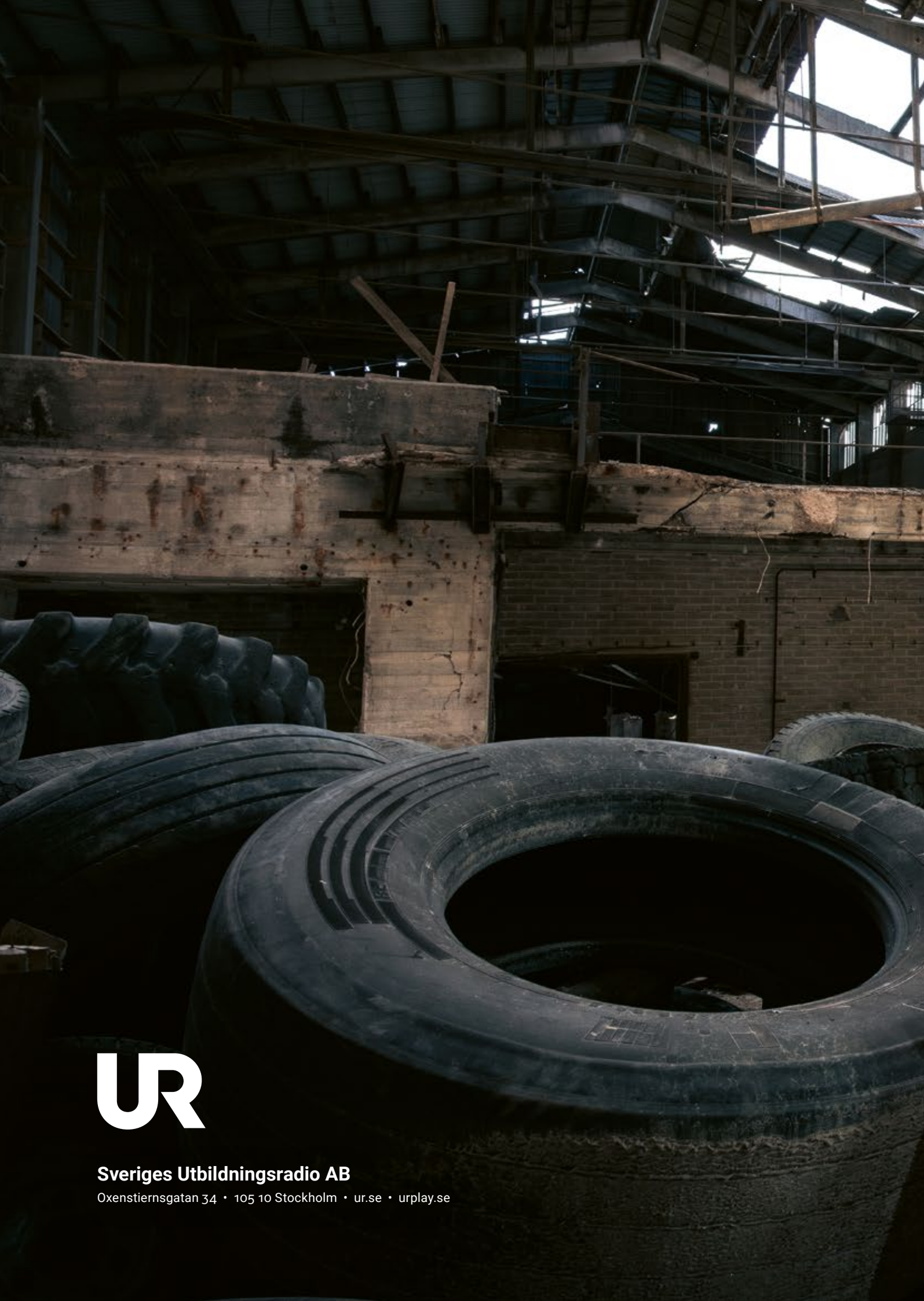
Bildredaktörer: Lotta Ahrnstedt Öster, Torbjörn Ekebacke

Grafisk formgivning: Maria Seefried

Tryckeri: Tryckservice i Ängelholm

Omslag: Bilden är tagen av Akxel Örn Ekblom i samband med inspelningen av *Dead Man's Dog*.

UR:s public service-redovisning 2025 har behandlats och beslutats av UR:s styrelse den 23 februari 2026.



UR

Sveriges Utbildningsradio AB

Oxenstiernsgatan 34 • 105 10 Stockholm • ur.se • urplay.se