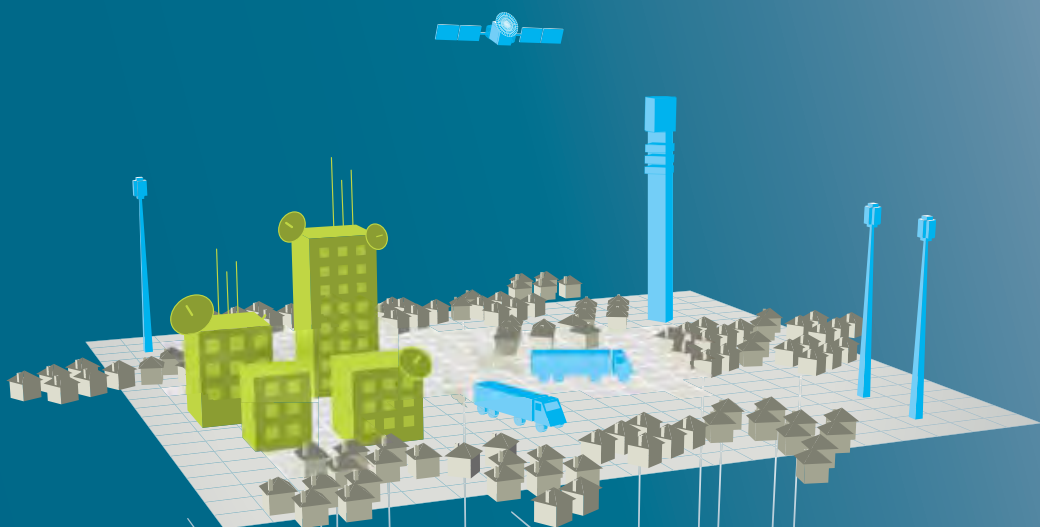




Myndigheten för
samhällsskydd
och beredskap

Mediebranschen 2011

– hot, risker och sårbarheter



Bilden på rapportens omslag visar en schematisk indelning av mediesektorn i producerande och distribuerande medieföretag samt mottagande hushåll.

Mediebranschen 2011

– hot, risker och sårbarheter

Mediebranschen 2011 – hot, risker och sårbarheter

Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB)
Avdelningen för risk- och sårbarhetsreducerande arbete
Enheten för samhällets informationssäkerhet

Kontaktperson: Katrin Berggren

Layout: Advant Produktionsbyrå AB
Tryck: DanagårdLiTHO

Publikationsnummer: MSB330 - november 2011
ISBN: 978-91-7383-175-8

Sammanfattning

Rapporten ger en övergripande bild av medieföretagens syn på aktuella hot, risker och sårbarheter och jämför med tidigare års analyser. Resultatet visar att hotbilden är densamma, medvetenheten om riskerna har ökat och att flera företag arbetar aktivt med att utveckla sin förmåga att motstå störningar och hantera kriser.

Medieföretagen anser att sannolikheten är högst för att avbrott i elektroniska kommunikationer, elavbrott samt hot mot organisation och personal inträffar. Det som skulle medföra störst konsekvenser för det egna företaget är omfattande brand, informationssäkerhetsincidenter, elavbrott och avbrott i elektroniska kommunikationer.

Medieföretagens bedömning av hoten 2011 är ungefär desamma som 2007. Skillnaden är att företagen idag anser att sannolikheten för att händelserna ska inträffa är något högre än tidigare, särskilt för epidemi och pandemi. Företagen bedömer även konsekvenserna som något större för de flesta händelserna, framför allt hot riktade mot organisation och personal.

Avbrott i elektroniska kommunikationer är den hotbild som företagen bedömer har störst sannolikhet att inträffa. Drygt hälften av de större medieföretagen anser att de har beredskap för avbrott i elektroniska kommunikationer, ungefär samma andel som 2007.

De större medieföretagen bedömer att sannolikheten för att en epidemi eller pandemi ska drabba dem är betydligt större idag. År 2007 ansåg 15 procent av medieföretagen att det var troligt att en epidemi eller pandemi skulle inträffa. År 2011 gör 40 procent den bedömningen. Däremot har företagens bedömning av konsekvenserna för verksamheten vid en omfattande smittspridning i stort sett inte förändrats.

Hot riktade mot hela företaget eller enskilda personer är vanligare idag än tidigare. Företagen bedömer att det är ungefär lika stor risk att drabbas av hot mot organisation eller personal som

att drabbas av ett omfattande elavbrott eller avbrott i elektroniska kommunikationer. Även konsekvenserna för verksamheten bedöms vara högre idag än tidigare.

Naturkatastrofer som stormar, snöoväder, skyfall, översvämningar, jordskred och skogsbränder kan orsaka omfattande skador i samhället och på viktigt infrastruktur. Företagen anser inte att naturkatastrofer är ett stort hot, men några tror att de kan öka i framtiden. Det största hotet vid en naturkatastrof är effekterna av eventuella elavbrott eller avbrott i elektroniska kommunikationer.

Insiderbrott innebär en avsiktlig handling som skadar eller riskerar att skada ett företag, utförd av en anställd, en före detta anställd eller en person med kunskap inifrån ett företag. Synen på insiderbrott varierar kraftigt mellan företagen. Några bedömer insiderbrott som ett av de största hoten mot verksamheten, medan merparten anser att hotbilden är betydligt mindre allvarlig.

Frågor angående informationssäkerhetsincidenter (t ex, dataintrång, IT-haveri) har inte ställts i tidigare undersökningar och av den anledningen saknas jämförbara uppgifter. I årets undersökning har begreppet breddats och av den anledningen redovisas både resultat rörande informationsoperationer och dataintrång från 2007 och informationssäkerhetsincidenter 2011.¹ År 2011 har drygt 60 procent av de större svenska medieföretagen en informationssäkerhetspolicy och en knapp fjärdedel anger att de genomför regelbunden utbildning av personalen i informationssäkerhetsfrågor.

Medieföretagen betraktar alltjämt brand som ett mycket allvarligt hot, men bedömer sannolikheten för att en brand ska inträffa som låg. Företagen anser sig ha vidtagit nödvändiga åtgärder för att förhindra och hantera en brand. Bedömningen är att bränder leder till de största konsekvenserna av alla hotkategorier som nämns i rapporten.

1. Se figur 1 och 2.

Beredskapen för elavbrott har ökat bland de större företagen under de fyra senaste åren. Andelen som har reservkraftaggregat för att driva de viktigaste delarna av verksamheten vid ett omfattande elavbrott har ökat från drygt 40 procent 2007 till närmare 60 procent 2010. Över 90 procent anger att de idag har avbrottsfri kraftförsörjning via batterier, så kallad UPS (Uninterruptible Power Supply), jämfört med 85 procent 2007.

De flesta företag har anläggningar och tekniska system som är av mycket stor betydelse för verksamheten. Skyddet av dessa resurser varierar avsevärt, och ett välplanerat sabotage skulle kunna få allvarliga konsekvenser för vissa medieföretag. Företagen bedömer att sannolikheten för att drabbas av sabotage inte nämnvärt har ändrats under de senaste fyra åren.

Företagens medvetenhet om vikten av att förebygga och förbereda sig för kriser har ökat under de senaste fyra åren. Exempelvis har närmare 70 procent av de större medieföretagen en kontinuitetsplan jämför med drygt hälften 2007.

Två tredjedelar av företagen har utsett en särskild krisledningsorganisation och lika många har genomfört övergripande riskanalyser av verksamheten. 75 procent av företagen har utpekade roller och ansvar för säkerhetsarbetet i organisationen.

Drygt 60 procent av medieföretagen genomför regelbundna övningar och har förberett verksamheten för flytt till en annan plats vid en kris. För fyra år sedan var siffran 40 procent.

Stockholm i november 2011



Richard Oehme

Chef enheten för samhällets informationssäkerhet

Innehållsförteckning

Sammanfattning	3
1 Inledning	9
1.1 Medieföretagen – en viktig del av samhället	9
1.2 Syfte, mål och metod	10
2 Utveckling och trender	13
2.1 Teknik	13
2.2 Mediekonsumtion	17
2.3 Ekonomi	18
2.4 Regelverk	19
2.5 VMA – Viktigt meddelande till allmänheten	21
3 Riskanalys	25
3.1 Riskanalys utifrån enkätundersökning	25
4 Sårbarhetsanalys	31
4.1 Elavbrott	31
4.2 Avbrott i elektroniska kommunikationer	34
4.3 Informationssäkerhetsincident	35
4.4 Epidemi och pandemi	37
4.5 Brand	38
4.6 Hot mot organisation och personal	38
4.7 Övriga hot	40
4.8 Medieföretagens krishantering	42
Bilaga 1 – MSB och medieberedskap	47
Bilaga 2 – Varnings- och informationssystem för allmänheten	49
Bilaga 3 – Utdrag ur sändningstillstånd	52
Bilaga 4 – Nyhetsprocessen	55
Bilaga 5 – Urval	58
Bilaga 6 – Enkätfrågor	60

Inledning

1 Inledning

1.1 Medieföretagen – en viktig del av samhället

Medieföretagen har en viktig roll i samhället som förmedlare av nyheter, samhällsinformation och varningsmeddelanden. Medierna är nödvändiga som källa till kunskap om vår omvärld, för yttrandefrihet och för opinionsbildning. Allmänheten förväntar sig att ständigt ha tillgång till information via radio, TV, tidningar, webbmedier, mobil och läsplattor.

Mediebranschen kan schematiskt delas in i producerande och distribuerande medieföretag, även om många företag i realiteten både producerar och distribuerar medieinnehåll. De producerande medieföretagen samlar in och bearbetar medieinnehåll och har en redaktionell produktion. De distribuerande medieföretagen förmedlar därefter medieinnehållet till konsumenterna.

Medierna ingår i samhällets varnings- och larmsystem. Viktigt meddelande till allmänheten (VMA), myndighetsmeddelanden och kärnkraftslarm är exempel på varningssystem som är beroende av fungerande mediekanaler. Vid kriser och katastrofer är det viktigt med snabb, saklig och trovärdig information. I sådana lägen måste allmänheten informeras om vad som händer och samtidigt kunna nås av råd, rekommendationer och anvisningar från myndigheter. Att nås av nyheter och samhällsinformation kan vara av avgörande betydelse för hur människor klarar av att hantera extraordinära händelser. Oro och brist på information måste bemötas med fakta, råd och direkta anvisningar. Genom sin snabbhet och stora spridningsförmåga är medierna viktiga informationskanaler i samhället.

Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) ska stödja medieföretagens beredskapsplanering. MSB följer och analyserar därför kontinuerligt utvecklingen inom medieområdet utifrån ett säkerhets- och beredskapsperspektiv. Arbetet sker i nära samarbete med säkerhets- och beredskapschefer samt tekniskt ansvariga inom branschen. Det är viktigt att medieföretagen kan tillgodose samhällets grundläggande behov av information även

om den tekniska infrastrukturen i övrigt drabbas av störningar och avbrott. För att uppnå detta krävs flexibla företag med robusta tekniska system.

MSB:s roll är att fungera som kunskapsförmedlare och samtalspartner till medieföretag, myndigheter och departement. MSB initierar projekt, anordnar seminarier samt genomför uppföljningar och utvärderingar inom medieområdet utifrån ett säkerhets- och beredskapsperspektiv. Denna rapport är ett led i detta arbete.

1.2 Syfte, mål och metod

Styrelsen för psykologiskt försvar har tidigare genomfört risk- och sårbarhetsanalyser av mediebranschen åren 2006, 2007 och 2008. Syftet med den här rapporten är att skapa en övergripande bild av företagens syn på aktuella hot och sårbarheter inom mediebranschen och jämföra den med tidigare års analyser. Rapporten är inte en detaljerad genomgång av medieföretagens enskilda risker och hantering av dessa.

Målet är att rapporten kan fungera som ett underlag för mediebranschens arbete med säkerhet och beredskap. Analysens resultat ger också underlag för MSB:s fortsatta arbete med medieberedskap. Rapporten är framtagen av AB Stelacon på uppdrag av MSB.

Rapporten koncentrerar sig i första hand på de faktorer som påverkar medieföretagens möjligheter att bedriva sin verksamhet när extraordinära händelser inträffar, exempelvis när delar av eller hela verksamheten slutar fungera vid ett elavbrott eller en omfattande IT-incident. En extraordinär händelse är en sådan händelse som avviker från det normala, innebär en allvarlig störning eller överhängande risk för en allvarlig störning i viktiga samhällsfunktioner och kräver skyndsamma insatser. De mediaslag som ingår i analysen är radio, tv, nyhetsbyråer, dagliga tidningar samt webbmedier. Rapporten innehåller också utvecklingstrender som kan ha betydelse för medieföretagens säkerhets- och beredskapsarbete.

För att uppnå syftet har Stelacon använt sig av djupintervjuer kombinerat med en enkätundersökning som huvudsaklig metod. Stelacon har dessutom studerat rapporter, artiklar och annan all-

mänt tillgänglig information. Djupintervjuerna genomfördes under slutet av 2010 med ansvariga för säkerhet och beredskap på 17 av de större medieföretagen i Sverige samt en intervju med Post- och telestyrelsen. För ytterligare information se bilaga 5, Urval.

Enkätundersökningen, som riktade sig till 83 stora och medelstora företag, genomfördes i början av 2011. Inom dagspress ingick första- och andra tidning på respektive regional marknad i urvalet, det vill säga de två tidningar inom varje region med flest läsare. Inom övriga mediekategorier ingick de företag som hade störst räckvidd och som därmed nådde flest konsumenter. I samband med tidigare genomförda risk- och sårbarhetsanalyser av branschen har motsvarande enkäter genomförts. De utvalda företagen är inte helt identiska vid de olika enkättillfällena, däremot representerar de samma delar av mediebranschen. De företag som har intervjuats har också svarat på enkäten.

Utveckling och trender

2 Utveckling och trender

Mediebranschen förändras snabbt. Det är främst den tekniska utvecklingen och mediernas ekonomiska situation som påverkar branschutvecklingen². Fler mediekanaler och nya konsumtionsmönster ökar konkurrensen om både publik och annonsörer mellan olika mediaslag och medieföretag. För att möta den ökade konkurrensen och göra det möjligt att investera i ny teknik, söker många medieföretag samarbeten och kapital. Diversifieringen fortsätter genom att tidningar startar radio- och tv-kanaler och såväl tidningar som radio och tv-bolag producerar nyheter för webb, mobil och läsplattor. Det som sker beskrivs ofta utifrån begreppet konvergens – att olika medieformer smälter samman och gränserna mellan dem blir otydliga eller försvinner.

Det här kapitlet diskuterar förändringar och trender som påverkar medieföretagens verksamhet. Vissa av förändringarna påverkar enstaka företag medan andra påverkar hela branschen. Gemensamt för dem är att de i förlängningen kan ha betydelse för medieföretagens arbete med säkerhet och beredskap.

2.1 Teknik

Teknisk utveckling och tekniksiften ger ofta upphov till nya förutsättningar som är viktiga att förstå och följa. Följande avsnitt lyfter fram några områden där teknisk utveckling kan ha eller kan komma att få betydelse för säkerhet och beredskap i mediebranschen.

Mobilitet och sociala medier

Utvecklingen av elektroniska kommunikationer påverkar medieutvecklingen i hög grad. Högre hastigheter och bättre tillgänglighet till mobil- och datakommunikation i kombination med tillgång till mindre och mer effektiva mediemottagare gör att mediekonsumentens beteenden förändras. Läs mer i avsnitt 2.2 Mediekonsumtion.

2. *På väg mot medievärlden 2020*, Journalistik, teknik marknad, Håkan Hvitfelt, Gunnar Nygren, 2008.

Teknikutvecklingen påverkar även medieproduktionen. Ökad mobilitet med mobiltelefoner och bärbara datorer med trådlös uppkoppling gör att det är enklare och går snabbare att producera medieinnehåll. Exempelvis kan en journalist idag fotografera och filma direkt med sin mobiltelefon och själv lägga upp klippet på webben. Redaktionerna för webb-, mobil- och på sikt även läsplattor, blir i många medieföretag alltmer integrerade och journalistrollen förändras.

Samtidigt ökar sårbarheten i och med att man kan tappa bort eller bli bestulen på sin mobiltelefon eller dator. Flera av medieföretagen nämner i djupintervjuerna att det finns en risk att nyhetsflödet påverkas om mobiltelefoner eller datorer hamnar i fel händer. Exempelvis kan källor röjas eller felaktig information komma att publiceras. Några av medieföretagen påpekar i djupintervjuerna att den ökade hastigheten med vilken nyheter publiceras kan leda till att källkritiken blir lidande.

Konsumenternas ökade användning av internet och sociala medier som twitter och facebook leder också till att medieproducenternas roll förändras³. Journalisterna har inte längre exklusiv tillgång till information och källor. Konsumenterna kan själva via nätet söka fakta och information och publicera eget innehåll på webbplatser, bloggar och sociala medier. På de flesta webbplatser finns exempelvis möjlighet för allmänheten att kommentera artiklar och skriva egna inlägg. Sociala mediers påverkan på journalistiken är ett fenomen som diskuteras bland annat i Sveriges Radios avsiktsförklaring till regeringen⁴, Sveriges Radio mot 2019. Där framgår att såväl mediestruktur som medievanor kommer att förändras radikalt de närmaste åren. Sveriges Radio förutspår att de sociala medierna kommer att vara lika viktiga som traditionella medier i slutet av 2010-talet.

Nya medieaktörer

Ny teknik som exempelvis tv via bredband leder till nya aktörer på mediemarknaden. Tv kan distribueras via kabelnät, marknät,

3. *På väg mot medievärlden 2020*. Journalistik, teknik marknad, Håkan Hvitfelt och Gunnar Nygren (2008).

4. *Sveriges Radio mot 2019* (2011), Sveriges Radio.

satellit, mobilnät eller som ip-tv via bredband. Enligt Post- och telestyrelsens (PTS) undersökning Svensk Telemarknad fanns det totalt cirka 5 miljoner tv-abonnemang⁵ på den svenska marknaden den 30 juni 2010, varav 429 000 var ip-tv-abonnemang och 2,2 miljoner övrig digital-tv⁶. Andelen ip-tv-abonnenter är fortfarande relativt liten men de ökar kontinuerligt. Teleoperatörernas roll förändras och de distribuerar nu även tv och konkurrerar med övriga tv-distributörer. Samtidigt erbjuder företag som distribuerar kabel-tv också ip-tv.

Nya kanaler för distribution av medieinnehåll

Nya kanaler för att distribuera medieinnehåll introduceras, till exempel läs- och surfplattor. Flera nyhetstidningar har lanserat speciella versioner av tidningen för läsplattor. Enligt en undersökning som Sifo har genomfört på uppdrag av Tidningsutgivarna i februari 2011, har eller planerar 655 000 svenskar att köpa en läs- eller surfplatta⁷. I samma undersökning konstateras också att det finns ett intresse bland användarna att betala för att läsa dagstidningen i sin läsplatta.

Andelen svenskar som använder mobilen till att titta på tv är fortfarande låg, men den har ökat från 2 procent till 6 procent mellan 2009 och 2010 enligt PTS rapport om svenskarnas användning av telefoni och internet 2010⁸. Under 2010 har så kallade smarta telefoner⁹ med mer avancerade datormöjligheter, blivit allt mer populära. Smarta telefoner innebär förenklade och förbättrade möjligheter att konsumera rörlig bild¹⁰.

Utlokalisering

Djupintervjuerna visar att alltfler medieföretag utlokaliserar (outsourcar) sin verksamhet och använder underleverantörer. Det finns företag som utlokaliserar sin IT-drift och drift av webb

5. Avser tv som kräver abonnemang och inte fri-tv

6. Svensk Telemarknad första halvåret 2010, PTS-ER-2010:26.

7. *Nära en halv miljon svenskar har eller planerar att skaffa iPad*, Tidningsutgivarna, pressrelease, www.tu.se/pressrum/soek/pressmeddelanden/3222-naera-en-halv-miljon-svenskar-har-eller-planerar-skaffa-ipad, 2011.

8. *Svenskarnas användning av telefoni & internet* (2010). Individundersökning, TNS Sifo, PTS 2010.

9. Smarta telefoner är mobiltelefoner som kan ladda ner program och applikationer, så kallade appar.

10. *Medieutveckling 2010*, Radio- och TV-verket 2010.

och i vissa fall använder man externa leverantörer även för drift av produktion och utsändning. Medieföretagen har olika sätt att se på utlokalisering och åsikterna går isär när det gäller om säkerheten ökar eller minskar vid utlokalisering.

De företag som har valt att utlokalisera exempelvis sin IT-drift anger följande argument:

- ekonomi
- flexibilitet
- säkerhet och riskspridning.

Ett vanligt argument för utlokalisering är att det blir billigare, genom att man inte binder kapital i dyra system. Samtidigt ökar man flexibiliteten genom att det är lättare att öka eller minska kapaciteten när man inte äger utrustningen själv.

Ett annat skäl för utlokalisering är säkerhet. I takt med att tekniken blir alltmer specialiserad och teknikutvecklingen är så snabb, är det svårt att hålla tillräcklig hög kompetens internt. Många företag väljer då att koncentrera den egna kompetensen till utveckling och lämnar driften till en extern leverantör. Om leverantören är professionell och har IT-drift som kärnverksamhet ger utlokaliseringen större möjlighet att hålla en hög säkerhet och redundans i systemen, enligt förespråkarna. Ett annat argument är att man ökar riskspridningen genom att lägga driften utanför den egna verksamheten.

Även de medieföretag som väljer att sköta driften av sina system internt anger säkerhet som ett starkt skäl. Genom att behålla kontrollen över systemen internt har man större möjlighet att påverka säkerheten. Public service-bolagen väljer i större utsträckning än de privatägda bolagen att sköta driften av sina system internt. Även bland de medieföretag som har valt att utlokalisera sina system finns de som anser att kontrollen och därmed säkerheten ökar när man behåller systemen internt, samtidigt som den fasta kostnaden då blir högre. Dessa medieföretag påpekar vikten av att hitta en balans mellan affärsmässiga aspekter och säkerhetsaspekter.

De medieföretag som har valt att utlokalisera sina system anser att det är viktigt att pröva systemen och att öva krishantering tillsammans med sina leverantörer. De påpekar vikten av att skriva avtal och veta vad man beställer. För att kunna ställa krav på ett bra sätt krävs tillräckligt med kompetens internt, inte minst när det gäller säkerheten.

2.2 Mediekonsumtion

Följande stycke tar upp förändrade mediebetenden bland svenska konsumenter som påverkar exempelvis hur man når ut till medborgarna med information vid en extraordinär händelse.

Genomsnittssvensken ägnar ungefär 6 timmar per dag åt olika medier¹¹. Tv och därefter radio är de medier som svensken fortfarande ägnar mest tid åt, på tredje plats kommer internet¹². Den totala mediekonsumtionen har varit relativt stabil under flera årtionden. Däremot har det skett en förändring i vilka medier man väljer att konsumera och internet har ökat sin andel. Konsumenten ägnar idag mindre och mindre tid åt de traditionella medierna och mer åt tjänster på nätet. Det här är en trend som har förstärkts över en längre tid. I boken *På väg mot medievärlden 2020* som kom ut 2008, förklarar Lowe Hedman¹³ förskjutningen mot internet med att spridningen av datorer med en snabb uppkoppling till internet har nått en allt större befolkning¹⁴. Detta i kombination med tillgång till mindre och mer effektiva ”mediemottagare”, som mobiltelefoner, datorer och läsplattor gör att mediekonsumentens beteenden förändras. Olika mediemottagare kan i allt större utsträckning användas för samma typ av mediekonsumtion. Med dagens mobiltelefoner kan man till exempel lyssna på musik och radio, hantera e-post, surfa på internet samt se på film och tv. Konsumenterna vill i allt större utsträckning ha tillgång till sina medier där de för tillfället befinner sig. Sitter man på tunnelbanan eller bussen vill man sannolikt ha tillgång till sina medier via mobiltelefon eller läsplatta. Är konsumenten hemma är det kanske tv:n eller datorn som är förstahandsvalet.

11. *Medieutveckling* (2010), Radio- och TV-verket.

12. *Medieutveckling* (2010), Radio- och TV-verket.

13. Professor emeritus i medie- och kommunikationsvetenskap vid Uppsala universitet samt senior professor i medie- och kommunikationsvetenskap med inriktning mot medieutveckling vid Mittuniversitetet i Sundsvall.

14. *På väg mot medievärlden 2020*, Journalistik, teknik marknad, Håkan Hvitfelt och Gunnar Nygren (2008).

2.3 Ekonomi

De svenska mediekoncernerna har genomgått kraftiga rationaliseringar och centraliseringar under de senaste fyra åren. Exempelvis har flera tidningskoncerner valt att centralisera IT-driften. Ett exempel på en mediekoncern som har centraliserat tidningsproduktion och IT-drift är Nya Wermlands-Tidningen (NWT). I koncernen ingår idag 12 dagstidningar. Under de fyra senaste åren har NWT centraliserat delar av arbetet med tidningarna i samband med att man har infört ett nytt redaktionellt system. Arbetet med att producera tidningarna sker till största delen centralt på två orter och bara ett fåtal sidor som är svårplanerade redigeras ute på lokaltidningarna, som familjesidan, ledarsidan och insändare.

Den ökade konkurrensen och medieföretagens förändrade ekonomiska förutsättningar påverkar strukturen i mediesektorn. En koncentration i mediesektorn till allt färre ägare pågår både inom Sverige och internationellt, samtidigt som mediesektorn har växt utanför nationsgränsen och de stora mediekoncernerna idag är globala. Såväl enkätundersökningen som djupintervjuerna visar på en koncentration bland framför allt tidningsföretagen, där flera av de större tidningskoncernerna har förvärvat flera tidningar under de senaste fyra åren. Samtidigt har det ökade kostnadstrycket resulterat i ökad specialisering bland medieföretagen och det finns exempel på att kompletta tidningshus¹⁵ idag säljer sina tryckerier.

Mediekoncerner flyttar ihop sina olika verksamheter till samma adress. Det gör dem å ena sidan mer sårbara, eftersom flera verksamheter drabbas samtidigt vid exempelvis ett elavbrott. Å andra sidan framgår av djupintervjuerna att medieföretagen ökar säkerheten genom att exempelvis investera i förstärkt reservkraft, flera alternativa kommunikationsvägar och bättre skalskydd i samband med att verksamheter flyttar samman. Rationaliseringsvinster kan göras när flera verksamheter kan dela på gemensamma funktioner och det blir mer ekonomiskt försvarbart att satsa på förstärkt säkerhet och beredskap.

15. Medieföretag med tidningsredaktion, webbredaktion, tryckeri och i vissa fall även distributionsbolag.

En annan trend är att tryckerier har slagits ihop så att ett och samma tryckeri trycker fler tidningstitlar än tidigare. Skulle ett tryckeri slås ut av exempelvis ett elavbrott, så drabbas fler tidningar samtidigt. Men många tryckerier har samarbeten med andra tryckerier, vilket ger möjlighet att trycka tidningar på annan ort.

2.4 Regelverk

Ny radio- och tv-lag

Under 2010 förändrades regleringen av radio- och tv-marknaden. En ny radio- och tv-lag trädde i kraft den 1 augusti 2010¹⁶. Lagen innehåller bland annat nya regler om tillstånd och överlåtelse av tillstånd för tv- och radiosändningar, samt nya regler om kommersiell radio och närradio. Genom den nya lagen får företag möjlighet att etablera kommersiell digitalradio i marknätet. Lagen innehåller också förändrade regler om inplacering av reklam, sponsring och produktplacering. Liksom tidigare kan regeringen ställa krav på säkerhet och beredskap i sändningstillstånden för public service-bolagen. Enligt lagen kan även Myndigheten för radio och tv ställa vissa krav i övriga sändningstillstånd för tv.¹⁷ Myndigheten för radio och tv ersatte den 1 augusti 2010 de tidigare myndigheterna Radio- och TV-verket och Granskningsnämnden för radio och TV. Den nybildade myndigheten för radio- och tv beslutar bland annat om tillstånd, utgivningsbevis och utövar tillsyn i frågor om tv-sändningar, beställ-tv, sökbar text-tv och ljudradiosändningar.

Tillstånd att sända tv i marknätet

För att sända marksänd tv, text-tv, kommersiell radio och närradio behövs sändningstillstånd från Myndigheten för radio och tv. Regeringen beslutar om sändningstillstånd för public servicebolagen SVT, SR och UR. Kabel-, satellit- och webbsändningar kräver inte tillstånd men ska registreras hos Myndigheten för radio och tv.

Regeringen fattade den 19 december 2007 beslut om vilket spektrum som får användas för marksänd tv fram till 2014. Dessutom

16. *Radio- och tv-lag*, SFS 2010:696.

17. *Radio- och tv-lag* SFS 2010:696, 4 kap. 9 § 17 (tv), 11 kap. 3 § 17 (radio). Se utdrag ur sändningstillstånden för SVT, SR och TV4 i bilaga 3.

beslutade man att göra 800 MHz-bandet, som tidigare använts primärt för tv-utsändningar, tillgängligt för andra ändamål. PTS auktionerade ut tillstånd att använda radiosändare i 800 MHz-bandet i mars 2011. Tillstånden är teknik- och tjänsteneutrala, vilket gör att tillståndshavare kan välja vilken teknik och vilka tjänster som ska användas i bandet.

Under 2010 tilldelades tretton nationella och en lokal tv-kanal tillstånd i marknätet. Nio av de nationella tillstånden gällde sändningar av högupplöst hd-tv och de övriga tillstånden avsåg standardupplöst sd-tv. Regeringen tilldelade Sveriges Television två tillstånd för fri-tv-kanaler som kan ses utan abonnemang. De resterande sju hd-kanalerna har fått tillstånd av Myndigheten för Radio och TV, medan tillståndet för lokal-tv delades ut till Uppsala Nya Tidning för kanalen 24.UNT.

Hd-tv började sändas i marknätet 2010. Enligt Teracom kan cirka 75 procent av Sveriges befolkning se hd-tv via marknätet (februari 2011). Teracom har en ambition att 95 procent av befolkningen ska kunna nås av hd-tv-sändningar i marknätet i slutet av 2011¹⁸.

Inför tillståndsgivningen våren 2010 tog Myndigheten för radio och tv fram en strategi för arbetet med marksänd tv¹⁹. Strategin kommer att ligga till grund för framtida tillståndsgivningar och gäller i första hand 2011 till 2014. Utgångspunkten för strategin är att marknätet är en av flera viktiga distributionsplattformar för tv. Men kapaciteten i marknätet är begränsad och det är viktigt att tilldelat frekvensutrymme för sändningar används så effektivt som möjligt. För att kunna erbjuda konsumenterna en ökad mångfald och ett utökat utbud av tv-tjänster anser Myndigheten för radio och tv att marknätet bör uppgraderas tekniskt. Det innebär bland annat att hd-tv bör ingå i marknätets utbud, att den nya utsändningstekniken DVB-T2 bör införas stegvis i marknätet och att den stegvisa övergången mot en effektivare komprimeringsteknik, MPEG4, ska fortsätta. Strategin innehåller inga specifika säkerhets- eller beredskapsaspekter på tillståndsgivningen.

18. Nu kommer hd-tv till Västervik, Teracom (2011) pressmeddelande, www.teracom.se/Teracom-koncernen/press/Pressmeddelanden-2011/Nu-kommer-hdtv-till-Vastervik/

19. Strategi för marksänd digital-tv 2010–2014 (2010), Myndigheten för radio och tv.

I public service-bolagens sändningstillstånd²⁰ finns inskrivet att de kostnadsfritt ska sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det. De ska se till att meddelandet ges en lämplig utformning och att det inte genom sin omfattning eller på annat sätt inverkar menligt på programverksamheten. I sändningstillstånden finns även skrivningar om säkerhet och beredskap, se utdrag ur sändningstillstånden i bilaga 3. Av de privata medieföretagen är det bara TV4 som enligt sändningstillståndet har krav på sig att utarbeta en beredskapsplan. Villkoret gäller TV4:s huvudkanal TV4.

2.5 VMA – Viktigt meddelande till allmänheten

Viktigt meddelande till allmänheten (VMA) är ett varningssystem som används vid olyckor och allvarliga händelser, vid svåra störningar i viktiga samhällsfunktioner och vid krishantering i samband med extraordinära händelser. Systemet utgörs dels av varningsmeddelande i radio och tv, dels av utomhuslarm. I propositionen 2005/06:133 Samverkan vid kris – för ett säkrare samhälle slår regeringen fast att radio och tv även i fortsättningen är de bästa kanalerna för att varna och informera allmänheten vid olyckor och andra allvarliga händelser. För ytterligare information om systemet, se bilaga 2.

Under 2009 fick MSB i uppdrag av regeringen att se över och lämna förslag på hur systemet VMA kan utvecklas som en del i samhällets risk- och kriskommunikation. MSB föreslår att den systemuppbyggnad som finns idag behålls²¹. Idag vidarebefordrar SOS Alarm en begäran om VMA till sändningsledningen på Sveriges Radio (SR). Sändningsledningen ser till att SR:s kanaler sänder meddelandet och distribuerar meddelandet till övriga medverkande etermedieföretag.

För att få en strukturerad miljö för hantering av VMA via nuvarande och framtida medier och kommunikationskanaler föreslår MSB följande utbyggnad och modifiering av VMA:

20. www.radioochtv.se/Tillstand-och-registrering/TV/Marksand-tv/Kanaler-i-marknatet/

21. För en beskrivning av dagens VMA-system, se bilaga 2.

- CAP (Common alerting protocol) införs som protokollstandard för varningssystem. Syftet är att säkerställa att även framtida mottagare av olika typer av meddelande kommer att kunna anslutas utan problem, och för att enklare kunna koordinera det svenska systemet med andra länders system.
- VMA via mobiltelefon införs, genom att utnyttja tekniken Cell Broadcast (CB). Via CB kan man bestämma vilken eller vilka basstationer som ett meddelande ska skicka över, till exempel kommer alla mobiltelefoner som är uppkopplade mot denna eller dessa basstationer att få meddelandet. Meddelandet kommer att skickas ut omedelbart till alla basstationer samtidigt. CB låser en liten del av nätets kapacitet, som alltid är ledigt, vilket ger att CB fungerar även om mobiltelefonnätet är överbelastat och inga andra funktioner fungerar.
- VMA på internet införs, främst via webbplatser (RSS) och twitter, andra tekniker utreds ytterligare och man ligger i framkant på nya kommande tekniker som kan utnyttjas.
- SOS Alarm AB agerar som en förmedlare av VMA, precis som idag. Meddelandet förmedlas till de kanaler som är aktuella, samt säkerställer att alla anslutningar till alla aktörer som är förmedlare till allmänheten fungerar.
- En föransmälld tjänst införs för att säkerställa VMA till grupper med särskilda behov, genom att utnyttja det system som idag finns på SOS Alarm AB.
- Systemet för inomhusvarning i inre beredskapszonen vid kärnkraftverken ses över och moderniseras.
- SDS-meddelande till alla talgrupper i begränsade områden för Rakel utreds och testas för att säkerställa funktionen inför ett eventuellt införande. Man kan använda textmeddelanden i Rakel som liknar mobiltelefonins sms, men kallas SDS i Rakel, för att skicka varnings- och informationsmeddelanden.

Risikanalyys

3 Riskanalys

När MSB tillsammans med mediebranschen identifierade vilka hot och oönskade händelser som skulle belysas i analysen så valde man att fokusera på sådant som företagen själva upplever som relevanta för sitt eget säkerhets- och beredskapsarbete. Det som enligt företagen särskilt kan påverka möjligheten att bedriva verksamhet är:

- elavbrott
- avbrott i elektroniska kommunikationer
- brand
- informationssäkerhetsincident
- naturkatastrof
- epidemi och pandemi
- fysiskt sabotage
- hot mot organisation och personal
- insiderbrott.

Medieföretagens uppfattning om vilka hoten är har inte förändrats i någon större utsträckning sedan risk- och sårbarhetsanalysen från 2007. Många av företagen som har intervjuats anser att hotet mot informationstillgångar har ökat. Incidenter i form virus och trojaner är vanligare, liksom dataintrång och attacker mot webbplatser. Flera av företagen upplever också att hot mot framför allt journalister har ökat de senaste fyra åren. Denna typ av hot är svårare att hantera än exempelvis elavbrott enligt flera respondenter. Eller som en respondent uttrycker det ”Elavbrott är möjliga att åtgärda med hjälp av tekniska lösningar och är på så sätt kontrollerbara. Det är svårare att kontrollera människor”.

3.1 Riskanalys utifrån enkätundersökning

I samband med tidigare genomförda risk- och sårbarhetsanalyser har de större medieföretagen i Sverige fått svara på en enkät om sin syn på hot och risker för det egna företaget. Enkäterna genom-

fördes 2004, 2007 och 2011 och skickades ut till de större medie-företagen i Sverige. För att göra det möjligt att följa utvecklingen över en längre tid är respondenterna baserade på samma urvals-principer och delar av frågorna är identiska. I årets urval ingick 83 medieföretag som bedömdes vara stora eller medelstora och av dessa har 55 företag besvarat enkäten, vilket ger en svars-frekvens på 66 procent. Inom dagspress ingick första- och andra tidning på respektive regional marknad i urvalet, det vill säga de två tidningar inom varje region med flest läsare. Inom övriga mediekategorier ingick de företag som hade störst räckvidd och som därmed nådde flest konsumenter. Målgruppen för enkätunder-sökningarna är densamma som tidigare år, men på grund av den koncentration som pågår inom framför allt tidningsbranschen är företagen färre och samma respondent svarar i större utsträck-ning för fler tidningar i årets undersökning.

Frågor angående informationssäkerhetsincidenter (t ex, data-intrång, IT-haveri) har inte ställts i tidigare undersökningar och av den anledningen saknas jämförbara uppgifter. I årets undersökning har begreppet breddats och därför redovisas både resultat rörande informationsoperationer och dataintrång från 2007 och informationssäkerhetsincidenter 2011.

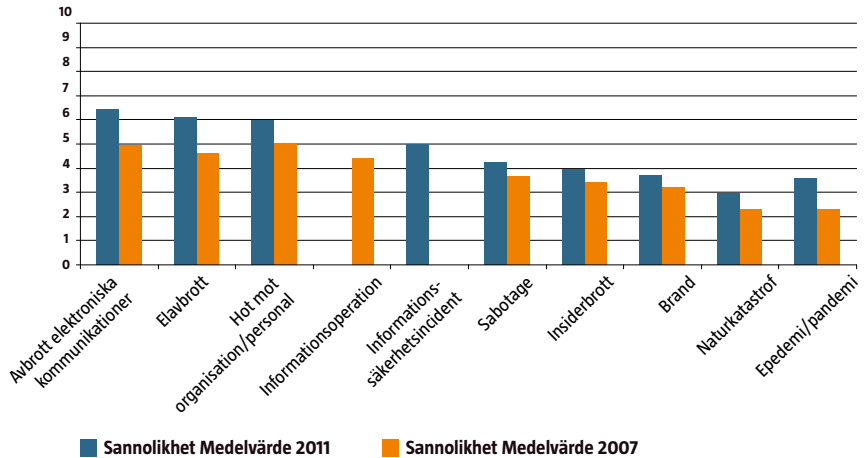
I enkäten har medieföretagen fått bedöma sannolikheten för och konsekvenserna av olika händelser. De har fått göra en bedömning på en skala mellan 1 och 10, där 1 är mycket obefintlig sannolik-het och konsekvens och 10 är mycket stor.

Enligt 2011 års enkätundersökning anser medieföretagen att sannolikheten är högst för att följande händelser inträffar: av-brott i elektroniska kommunikationer, elavbrott samt hot mot organisation och personal. Det som medieföretagen anser skulle medföra störst konsekvenser för det egna företaget är: omfattande brand, informationssäkerhetsincidenter, elavbrott och avbrott i elektroniska kommunikationer (se figurer 1 och 2).

Medieföretagens skattningar av hoten 2011 påminner om situa-tionen 2007. Skillnaden är att företagen idag anser att sannolik-heten för att händelserna ska inträffa är något högre än tidigare. Särskilt för epidemi och pandemi bedöms sannolikheten som högre än för fyra år sedan.

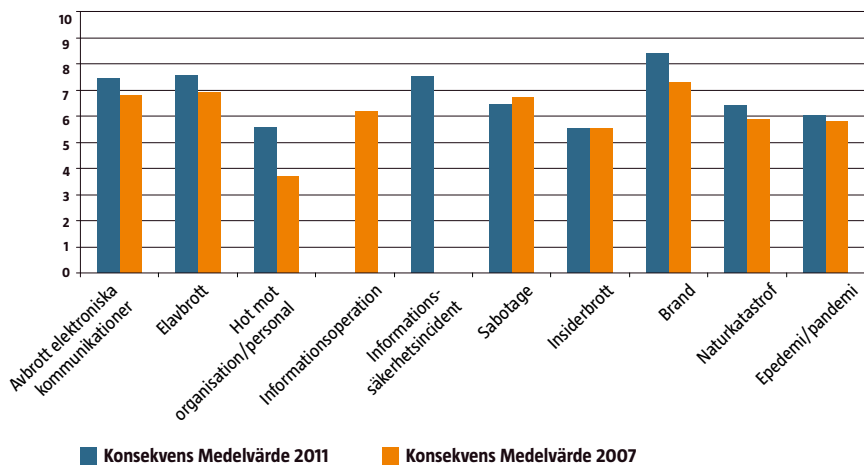
Företagen bedömer även konsekvenserna som något större för de flesta händelserna. Detta gäller särskilt för hot riktade mot organisation och personal.

Hur stor bedömer du att sannolikheten är för att följande händelser drabbar er verksamhet?



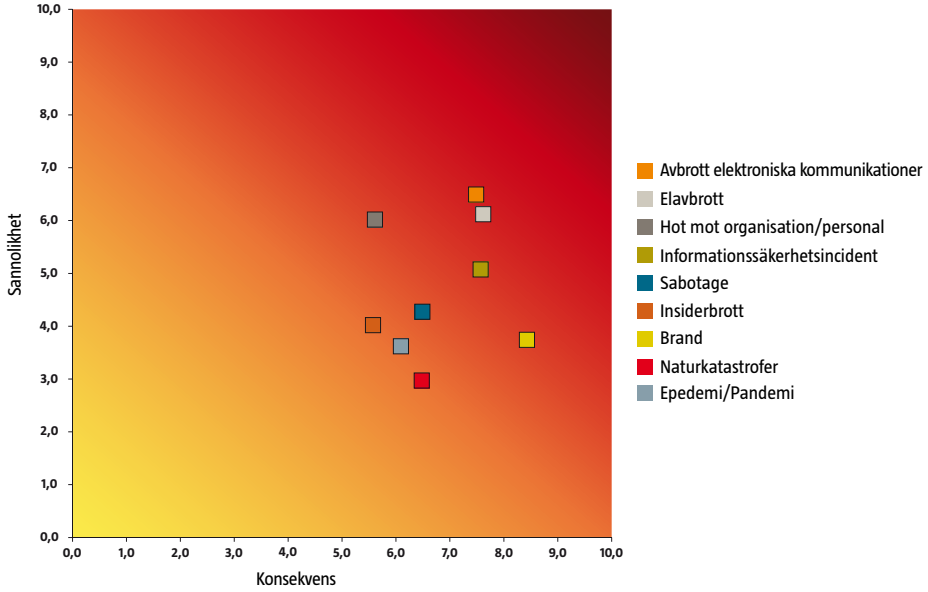
Figur 1. Sannolikhet för olika händelser, enkät 2007 och 2011, medeltal.

Hur stora konsekvenser bedömer du att det blir för er verksamhet om någon av följande händelser drabbar er verksamhet



Figur 2. Konsekvens av olika händelser, enkät 2007 och 2011, medeltal.

Figuren nedan visar en samlad bild över medieföretagens egna skattningar, 2011, av sannolikheten för att deras företag drabbas av respektive händelse samt hur omfattande konsekvenserna skulle bli.



Figur 3. Sannolikhet för och konsekvens av olika hot 2011.

Sårbarhetsanalys

4 Sårbarhetsanalys

Redovisningen av de olika hoten och händelserna som kan orsaka störningar och problem för de svenska medieföretagen inleds med en ingress som kort beskriver förändringar sedan 2007. Därefter följer ett resonemang om beredskap och sårbarheter inom mediebranschen som kan kopplas till de utvalda händelserna. Informationen i detta avsnitt bygger på resultatet av 18 djupintervjuer samt enkäten som skickats ut till 83 stora och medelstora medieföretag i Sverige²².

4.1 Elavbrott

Beredskapen för elavbrott har ökat bland Sveriges större medieföretag under de fyra senaste åren. Andelen företag som har reservkraftaggregat för att driva de viktigaste delarna av verksamheten vid ett omfattande elavbrott har ökat från drygt 40 procent 2007 till närmare 60 procent 2010. Över 90 procent anger att de idag har avbrottsfri kraftförsörjning via batterier, UPS²³, jämfört med 85 procent 2007. Driftstiden ligger vanligtvis på ett par timmar.

Samtliga medieföretag är i hög grad beroende av elektronisk utrustning för att kunna bedriva sin verksamhet. Ett elavbrott riskerar därför att få betydande konsekvenser för medieföretagen. Konsekvenserna av ett elavbrott är beroende av omfattningen på avbrottet, det vill säga hur länge avbrottet varar och hur stort geografiskt område som drabbas. Vid ett omfattande elavbrott är medieföretagen beroende av reservkraft och andra reservåtgärder som möjligheter att flytta verksamheten till annan plats. Tillgången till reservkraft och tillgång till och transport av diesel sätter ofta gränser.

Reservkraft är interna system som tar över kraftförsörjningen vid elavbrott. Systemen består vanligtvis av reservkraftaggregat i form av dieselgeneratorer och avbrottsfri kraftförsörjning via batterier, UPS. UPS fungerar som en batteribackup som automatiskt slår på

22. Bilaga 5, Urval.

23. Uninterruptible Power Supply.

och fortsätter att leverera el vid ett elavbrott. UPS används för att skydda datorutrustning och servrar mot kortare nätstörningar som spänningsspikar i kraftnätet, till exempel vid åskväder. Vid längre störningar möjliggör UPS en kontrollerad avstängning av elektrisk utrustning eller en automatisk övergång från ordinarie elförsörjning till elförsörjning med hjälp av reservkraftaggregat.

Det är framför allt ekonomiska skäl som är orsak till att medie företag inte har beredskap för omfattande elavbrott. Ekonomiska skäl väger tyngre 2011 än de gjorde 2007. Hälften av de företag som inte har någon beredskap för omfattande elavbrott anger att det beror på att de ekonomiska resurserna saknas jämfört med en tredjedel för fyra år sedan. Samtidigt är företagen mer medvetna om att ett omfattande elavbrott kan inträffa. År 2007 angav 15 procent av företagen att de inte hade reflekterat över konsekvenserna av ett omfattande elavbrott, år 2011 har andelen minskat till 4 procent. Det är framför allt tryckerier och ett antal tidningar som inte har beredskap för omfattande elavbrott. För tryckerier som har en mycket hög elkonsumtion är det inte ekonomiskt möjligt att driva tryckpressarna med reservkraft. Utan elförsörjning avstannar därför tryckprocessen. För att säkerställa att verksamheten kan drivas vidare vid ett elavbrott är det istället vanligt med samarbeten mellan tryckerier. De stora dags- och kvällstidningarna trycks på flera orter vilket medför en viss inbyggd reservkapacitet.

Medieföretagens uthållighet vid ett elavbrott varierar mycket. En tredjedel av de medieföretag som har reservkraft kan sköta de viktigaste delarna av sin verksamhet med hjälp av reservkraft under kortare tid än ett dygn. Samtidigt anger en tredjedel att de kan driva de viktigaste delarna av verksamhetens med reservkraft sju dagar eller längre. År 2007 kunde vart fjärde medieföretag hantera en veckas elavbrott med sina befintliga reservåtgärder. Denna bild har bekräftats under djupintervjuerna där det framkommer att flera av medieföretagen har investerat i reservkraft sedan 2007 och att tiden de kan driva sin verksamhet på reservkraft har ökat. Anledningen till att företagen har investerat i reservåtgärder varierar. Den vanligaste förklaringen är att företagen kontinuerligt arbetar med att förbättra sin förmåga att hantera störningar i verksamheten.

Större företag har oftare reservkraft än mindre företag. Bäst rustade för elavbrott står fortfarande producerande och distribuerande radio- och tv-bolag som ofta har ett omfattande elberoende. Tidningsredaktioner har reservkraftaggregat i mindre utsträckning. En förklaring kan vara att en tidningsredaktion i allmänhet kan hantera kortare elavbrott, eftersom redaktionerna inte har större behov av elkraft än annan normal kontorsverksamhet. En del tidningsredaktioner omlokaliserar vid behov redaktionen till en annan plats.

Tillgången till diesel sätter ofta gränser för företagens uthållighet. Vid ett långvarigt elavbrott är medieföretagen inte garanterade tillgång till diesel till sina reservkraftaggregat. Bara en tredjedel av de större medieföretagen har färdiga rutiner för att tillföra mer diesel till reservkraftaggregaten, vilket är en lika stor andel som 2007. Vid djupintervjuerna påpekar flera att även om de har tecknat avtal om dieseltillförsel kan drivmedelsföretagen inte garantera tillförsel av diesel i en krissituation.

Många medieföretag påpekar också vikten av att regelbundet testa att reservkraften fungerar. Drygt hälften av de större medieföretagen i Sverige provar sin reservkraft regelbundet. Merparten testar reservkraften en gång per månad, några en gång per halvår eller år och ett fåtal varje vecka.

En förklaring till att beredskapen har ökat kan vara struktur-omvandlingen i mediesektorn. Medieföretagen är färre idag och fler företag ingår i större koncerner med större ekonomiska möjligheter att investera i exempelvis reservkraft. Struktur-omvandlingen leder också till att fler medieföretag har möjlighet att flytta verksamheten till en annan plats vid exempelvis ett elavbrott. Andelen medieföretag som har gjort förberedelser för att vid behov kunna flytta den huvudsakliga verksamheten till en annan plats har ökat från 40 procent till drygt 60 procent under de fyra senaste åren.

Ett elavbrott påverkar hela nyhetsprocessen, från insamling och bearbetning till distribution och mottagning av medieinnehåll hos hushållen. Inträffade elavbrott i Sverige visar dock att det krävs omfattande eller långvariga avbrott för att mediesektorn inte ska kunna förmedla nyheter och information både från och till ett avbrottsdrabbat område.

4.2 Avbrott i elektroniska kommunikationer

Medieföretagen bedömer att avbrott i elektroniska kommunikationer är den hotbild som det är störst sannolikhet för att den ska inträffa. Drygt hälften av Sveriges större medieföretag anser att de har beredskap för avbrott i elektroniska kommunikationer, andelen var ungefär densamma år 2007. Sårbarheterna inom mediesektorn för avbrott i elektroniska kommunikationer sammanfaller delvis med dem som redovisats för elavbrott.

Med elektroniska kommunikationer avses här fast telefoni, mobiltelefoni, fax, satellit, radiolänk, internet och övriga datakommunikationer. Den tekniska utvecklingen innebär att elektroniska kommunikationer används i produktion och distribution i allt större utsträckning. Medieföretagen använder elektroniska kommunikationer i de flesta delar av nyhetsprocessen: för insamling, bearbetning och distribution. Vid avbrott i fasta telefoni- och internetförbindelser kan exempelvis trådlös kommunikation via mobilnäten användas.

Medieföretagen är överens om att det är svårt att ha beredskap för ett avbrott som innebär att alla ordinarie elektroniska kommunikationer slutar fungera samtidigt. Den tilltagande användningen av ip-tv och webbmedier leder också till ett växande beroende av fungerande elektroniska kommunikationer hos hushållen.

Under djupintervjuerna framgår att många av medieaktörerna använder flera olika internet- och mobiloperatörer för att minska sårbarheten. Medieföretagen är osäkra på hur tillgängligt internet är, men upplever samtidigt att internet är mer tillförlitligt och stabilt idag än för fyra år sedan.

Post- och telestyrelsen (PTS) har fått regeringens uppdrag att analysera och ge förslag till hur arbetet med robusta elektroniska kommunikationer kan vidareutvecklas för att motsvara samhällets och samhällsviktiga användares långsiktiga behov av robusta elektroniska kommunikationer. Syftet är att säkerställa att ny och befintlig infrastruktur uppfyller samhällets behov av robusta

elektroniska kommunikationsnät och tjänster. PTS har också gett ut *Vägledning för anskaffning och upprätthållande av robust elektronisk kommunikation*²⁴, som ska ge stöd till organisationer, myndigheter och företag när de skaffar extern elektronisk kommunikation som internetanslutning och telefoni.

4.3 Informationssäkerhetsincident

Resultatet visar att *drygt 60 procent av de större svenska medieföretagen har en informationssäkerhetspolicy och en knapp fjärdedel anger att de genomför regelbunden utbildning av personalen i informationssäkerhetsfrågor.*

Det ökande beroendet av elektroniska kommunikationer och digitaliseringen av mediesektorn aktualiserar risken för informationssäkerhetsincidenter. Medieföretagen satsar betydande resurser på att säkra sina system samtidigt som den allmänna uppfattningen är att detta är ett hot som ökar över tiden. Flera av de intervjuade medieföretagen anser att informationssäkerhetsincidenter till övervägande del är internt orsakade som tekniska fel eller att personalen av misstag eller av okunskap sprider information.

Drygt 60 procent av de större svenska medieföretagen har en informationssäkerhetspolicy, och en knapp fjärdedel anger att de genomför regelbunden utbildning av personalen i informationssäkerhetsfrågor. Utbildning av personalen i informationssäkerhetsfrågor kan göras på olika sätt. TV4 arbetar exempelvis med en IT-säkerhetsgrupp där olika personalgrupper ingår, exempelvis journalister, säljare och administrativ personal. Gruppen träffas en gång per månad för att diskutera viktiga IT-säkerhetsfrågor, och syftet är att utbilda alla personalkategorier i IT-säkerhet.

Arbetsätten för framför allt journalistkåren förändras med ett ökat användande av elektroniska kommunikationer. Ökad mobilitet med mobiltelefoner och bärbara datorer med trådlös uppkoppling gör att det är enklare och går snabbare att publicera nyheter och information. Det är enkelt att arbeta utanför redaktionen och samma nyheter kan publiceras i flera olika kanaler.

24. *Vägledning för anskaffning och upprätthållande av robust elektronisk kommunikation* (2010), PTS-ER-2010:18.

Samtidigt ökar sårbarheten i och med att man kan tappa bort eller bli bestulen på sin mobiltelefon eller dator.

Flera av de intervjuade företagen nämner den ökande användningen av mobiltelefoner bland de anställda som en av de största riskerna för att en incident kan inträffa. Kryptering är ett sätt att undvika att information hamnar i fel händer. Flera av medie-företagen anger att de avser att kryptera såväl mobiltelefoner som bärbara datorer och USB-minnen på sikt.

Andra sätt att öka informationssäkerheten är att införa strikta regler för hur personalen får använda utrustning och hur de får ansluta till företagets IT-system. På Göteborgs-Posten får personalen exempelvis inte ansluta utrustningen till tidningens system om det inte är tidningens egen utrustning. Om en anställd ska ansluta sin dator mot tidningen utanför arbetsplatsen, får det endast ske via VPN-tunnel (virtual private network). VPN är en teknik som används för att skapa säkra förbindelser i ett datornätverk. Personalen får inte ansluta egna mobiltelefoner och företaget testat all utrustning regelbundet.

En DDoS-attack (distributed denial of service) är något som flera av de större medieföretagen har drabbats av. En DDoS-attack förhindrar åtkomst till normal användning av till exempel webbplatser genom att kraftigt överbelasta trafiken till dem. Ett exempel är när Mktmedias webbplatser, som drivs av en extern underleverantör, utsattes för en DDOS-attack den 30 oktober 2009. Då drabbades cirka 45 tidningars webbplatser från Stampen, Mitt-media, Eskilstunakuriren och Nya Lidköpings tidning av avbrott under cirka sex timmar. Dessutom drabbades andra kunder hos leverantören, däribland andra medieföretag.

Incidenten har gjort att underleverantören har vidtagit ett antal åtgärder. Bland annat har den ingående trafiken delats upp i sektioner, så att en attack inte längre kan slå ut hela miljön. Nya verktyg och rutiner har installerats för att kunna upptäcka och avvärja framtida attacker på ett tidigt stadium. Dessutom finns idag möjlighet att snabbt få upp tillfälliga webbplatser med begränsad funktionalitet om den primära webbplatsen slås ut. Mktmedias webbplatser har utsatts för ytterligare attacker som har kunnat hanteras tack vare de åtgärder vilka vidtogs efter attacken 2009.

En annan typ av hot mot informationstillgångar som nämns i intervjuerna är social manipulering. Social manipulering innebär att angripare utnyttjar olika sociala knep för att skapa förtroende i syfte att förmå någon att lämna ut känslig information. Exempelvis kan en angripare kartlägga en person i företaget för att sedan försöka manipulera denne. Angriparen kan till exempel skicka falsk e-post till personen i en kollegas namn (trovärdig avsändare) för att få denne att öppna brevet och sedan klicka på en länk till en webbplats med skadlig kod.

4.4 Epidemi och pandemi

De större medieföretagen i Sverige bedömer att sannolikheten för att en epidemi eller pandemi ska drabba företaget är betydligt större idag än för fyra år sedan. Av analysens utvalda hotkategorier skattade medieföretagen sannolikheten som allra lägst såväl 2004 som 2007. År 2007 ansåg 15 procent av medieföretagen att det var troligt att en epidemi eller pandemi skulle inträffa. År 2011 gör 40 procent den bedömningen. Däremot är bedömningen av hur stora konsekvenser en omfattande smittspridning skulle få för verksamheten i stort sett oförändrad.

I djupintervjuundersökningen framgår att många medieföretag har ökat sin beredskap för epidemier och pandemier avsevärt de senaste åren. I synnerhet efter influensan A (H1N1) 2009 var det åtskilliga av de djupintervjuade företagen som skapade en plan för hur de skulle hantera en situation när en stor del av personalen inte kan arbeta på grund av sjukdom eller frånvaro av andra orsaker.

Medieföretagens sårbarhet inför en epidemi eller pandemi beror dels på hur mycket personal medieföretagen kan klara sig utan, dels på hur beroende företagen är av enstaka nyckelpersoner. Det är främst frånvaro av nyckelpersoner med specialistkompetens som kan innebära problem för vissa företag. Den omfattande smittspridningen kan också innebära att man får sämre möjlighet att finna ersättningspersonal. Dessutom finns risken att andra viktiga samhällsfunktioner också drabbas av så stor sjukfrånvaro som i sin tur indirekt kan påverka medieföretagens verksamhet.

4.5 Brand

Medieföretagen betraktar alltjämt brand som ett mycket allvarligt hot. Sannolikheten för att en brand ska inträffa bedöms inte så stor, ungefär hälften av medieföretagen anger i 2011 års enkät att det är en låg sannolikhet för att en brand ska inträffa. I djupintervjuerna framgår att de flesta av medieföretagen anser sig ha vidtagit nödvändiga åtgärder för att förhindra och hantera en brand. Företagen bedömer att brand leder till de största konsekvenserna av alla hotkategorier. Synen på brand som hot mot medieföretagens verksamhet är relativt oförändrad från 2007.

Elfel, överhettning och åsknedslag är exempel på händelser som kan orsaka brand. Det stora inslaget av elektronisk utrustning hos medieföretagen medför en ständig brandrisk. Förstörd utrustning och obrukbara lokaler kan ta lång tid att återställa eller ersätta, vilket gör att drabbade medieföretag riskerar mer eller mindre allvarliga störningar.

Medieföretagens goda beredskap för brand beror dels på att en brand är en påtaglig riskfaktor i många verksamheter, dels på att samhället har en utvecklad struktur och lagstiftning för brandskydd. Dessutom är tekniska lösningar relativt lättillgängliga och planeras regelmässigt in redan när nya lokaler eller ombyggnader projekteras. Beroende på var en brand uppträder kan konsekvenserna bli mer eller mindre omfattande. Några risker som medieföretagen särskilt framhållit är bränder i datorhallar, sändarutrustning och master. Bränder i datorhallar och sändarutrustning kan bland annat uppstå på grund av överhettning om kylsystemen slutar att fungera.

4.6 Hot mot organisation och personal

Medieföretagen bedömer att det är ungefär lika stor risk att drabbas av hot mot organisation eller personal som att de skulle drabbas av ett omfattande elavbrott eller avbrott i elektroniska kommunikationer. De bedömer också att konsekvenserna av hot mot journalister är betydligt mindre än övriga hotkategorier. Samtidigt har medieföretagen i årets undersökning bedömt att konsekvenserna för verksamheten är högre än de har gjort tidigare.

Medieföretag såväl som anställda inom medieföretag utsätts oftare än tidigare för hot riktade mot hela företaget eller enskilda personer. Ett exempel är då fem personer greps i slutet av 2010 misstänkta för att ha planerat attacker mot de danska tidningarna Jyllands-Posten och Politiken. Gripandet ledde till att flera svenska medier höjde säkerhetsnivån. Ett annat exempel är de återkommande hoten som har riktats mot Nerikes Allehandas chefredaktör efter publiceringen av Lars Vilks teckning av en rondellhund som liknade Muhammed.

De risker som är förknippade med personliga hot beror på vem hotet riktar sig mot. Riktat sig hotet mot journalister finns det en potentiell risk att drabbade medieföretag inte belyser känsliga frågor fullständigt på grund av oro eller rädsla, vilket kan leda till självcensur. Detta är en hotbild som därmed inte bara riktar sig mot enskilda personer och medieföretag utan också är ett hot som riktar sig mot hela det demokratiska samhället. Medieföretagen samarbetar med polis, säkerhetsföretag och andra medieföretag för att öka skyddet. Företagen utrustar sin personal med överfallslarm och investerar i skalskydd, kameraövervakning, vaktbolag och arbetar systematiskt med frågor om personsäkerhet.

Tidningsutgivarna (TU) har genomfört en webbenkät²⁵ om hot och våld under april 2011. Resultaten bygger på svar från 153 representanter för TU:s medlemsföretag. 70 procent av respondenterna har fått hot riktade mot sin personal under de senaste två åren och 9 procent uppger att deras personal blivit utsatt för våld. Det är framför allt journalister som har utsatts för såväl hot som våld, men även chefredaktörer, ägare och verkställande direktörer drabbas. Närmare en tredjedel av de som svarat anser att hoten har ökat under de senaste två åren och 60 procent tror att omfattningen av hot kommer att öka framöver. En tiondel anser att våldet har ökat de senaste två åren och 30 procent tror att våldet mot journalister och medieföretag kommer att öka framöver.

25. Enkätresultaten: http://www.tu.se/images/stories/Document/Pressrum/2011/TU-enkat_april2011_Hot_och_Vald.pdf

Säkerhetspolisen gav ut rapporten *Otillåten påverkan mot medier*²⁶ 2009. Bakgrunden är att Säkerhetspolisen under lång tid har haft regeringens uppdrag att motverka otillåten påverkan från politiskt motiverade aktörer. Sedan 2008 har Säkerhetspolisen dessutom i uppdrag att ta ett nationellt huvudansvar för att förebygga, kartlägga och motverka den grova organiserade brottslighetens otillåtna påverkan på viktiga samhällsfunktioner. Eftersom medierna fyller en viktig funktion i samhället arbetar Säkerhetspolisen för att motverka otillåten påverkan på medierepresentanter. Studien visar att det är relativt vanligt att journalister utsätts för hot, och att det ofta är enskilda personer som ligger bakom hoten. Samtidigt förekommer det att aktörer inom organiserad brottslighet och politisk extremism hotar journalister.

4.7 Övriga hot

Naturkatastrof

Medieföretagen ser inte naturkatastrofer som ett stort hot, men några tror att sannolikheten för att naturkatastrofer ska inträffa kan komma att öka. Det största hotet vid en naturkatastrof är effekterna av eventuella elavbrott eller avbrott i elektroniska kommunikationer.

Naturkatastrofer som stormar, snöoväder, skyfall, översvämningar, jordskred och skogsbränder kan orsaka omfattande skador i samhället och på viktig infrastruktur. Beroende på vilka infrastrukturella system i samhället som drabbas kan effekterna bli mer eller mindre allvarliga för mediesektorn. Men bortsett från effekterna av eventuella elavbrott och avbrott i elektroniska kommunikationer, bedöms redaktionella verksameters sårbarhet för naturkatastrofer inte vara särskilt allvarliga. Även om enskilda medieföretag och redaktioner lokalt kan drabbas av problem av störningar i samhällets infrastruktur i samband med en naturkatastrof bedöms detta inte kunna leda till att nyhetsförmedlingen i olika medier helt slutar att fungera. Ofta har reportrar goda möjligheter att ta sig till drabbade platser och göra reportage, även i direktsändning. Distribuerande medieföretags infrastruktur påverkas sannolikt mer under naturkatastrofer. Satelliter utgör

26. *Otillåten påverkan mot medier*, Säkerhetspolisen (2009), www.sakerhetspolisen.se/publicerat/rapporteramnesvis/samhallshotandebrottslighet/otillatenpaverkanmotmedier.4.5bf42a901201f330faf80001702.html

undantaget, eftersom det är svårt att fysiskt påverka dem från jorden när de är så avlägset placerade. Däremot kan master och sändarstationer för radio, tv och satellitöverföring som drabbas av nedisning, stormskador, effekter av skogsbränder etc. störa utsändningen. Översvämningar som drabbar centrala funktioner, till exempel huvudcentraler, inom olika medier kan också orsaka omfattande avbrott om det inte finns förberedda reservplatser. Varaktiga naturkatastrofer som orsakar allvarliga störningar för vägtrafiken kan medföra att nödvändiga reparationer och service inte kan genomföras i tillräcklig omfattning. Sådana naturkatastrofer som samtidigt resulterar i omfattande elavbrott kan medföra svårigheter att installera nödvändiga reservkraftaggregat, bränsletillförsel och genomföra reparationer.

Tidningsdistributionen är ett komplicerat logistiskt nätverk av fysiska transportmedel och många försäljningsställen. Vid extrema trafikstörningar, till exempel på grund av stormfällda träd, översvämningar eller kraftiga snöoväder, kan distributionen av tryckta tidningar avsevärt försvåras. Om det skulle uppstå allvarliga problem i distributionskedjan kan upplagan placeras ut på lämpliga ställen i samhället där prenumeranter kan hämta sina exemplar, på samma sätt som distributionen av gratistidningar är uppbyggd.

Fysiskt sabotage

Medieföretagen bedömer att sannolikheten för att drabbas av sabotage inte har ändrats nämnvärt de senaste fyra åren.

Inom de flesta medieföretag finns det anläggningar och tekniska system som är av mycket stor betydelse för verksamheten. Skyddet av dessa resurser varierar avsevärt och ett välplanerat sabotage skulle potentiellt kunna få allvarliga konsekvenser för vissa medieföretag. I likhet med andra antagonistiska hotbilder är det svårt att göra en generell bedömning av medieföretagens sårbarhet för fysiskt sabotage. Men under djupintervjuerna har det framkommit att många företag gör betydande investeringar i åtgärder som ska förhindra att deras resurser utsätts för sabotage eller annan brottslig verksamhet. Det förekommer till exempel registerkontroll av personal, fysiskt skydd av lokaler och anläggningar, installation av övervakningssystem och inbrottslarm, bevakning via vaktbolag samt olika skydd för IT-system.

Insiderbrott

Företagen upplever ingen större förändring vare sig när det gäller sannolikheten för att ett insiderbrott ska drabba företaget eller hur stora konsekvenserna skulle bli.

Insiderbrott innebär en avsiktlig handling som skadar eller riskerar att skada ett företag, utförd av en anställd, en före detta anställd eller en person med kunskap inifrån ett företag. Synen på insiderbrott varierar kraftigt mellan olika medieföretag. Några företag bedömer insiderbrott som ett av de största hoten mot verksamheten, medan merparten värderar hotbilden som betydligt mindre allvarlig. Men insiderbrott förekommer, och de flesta upplever att de är svåra att förutse och skydda sig emot.

Konsekvenserna av ett insiderbrott beror naturligtvis på vad brottet består i. Ett insiderbrott skulle kunna leda till något av övriga nämnda hot, till exempel elavbrott, avbrott i elektroniska kommunikationer eller hot mot organisationen. Det skulle också kunna innebära att en anställd genom dataintrång manipulerar medieinnehåll, raderar information eller på andra sätt saboterar verksamheten. Konsekvenserna är oftast kopplade till ett enskilt företag och inte den övriga mediebranschen. De företag som har drabbats av insiderbrott anger också svårigheter i att hantera och utreda brotten, eftersom det ofta innebär en granskning av den egna personalen. Beredskapen för att undvika insiderbrott varierar. Många medieföretag har möjlighet att spåra alla aktiviteter i olika IT-system. Andra företag har lokaler utrustade med bevakningskameror och behörighetssystem som gör det möjligt att ständigt se var personalen befinner sig.

4.8 Medieföretagens krishantering

Medieföretag har generellt en stor kapacitet att snabbt mobilisera en organisation vid en kris. Mediebranschens verksamhet är av naturen händelsestyrd och "beredskapstänket" sitter i ryggraden. Företagen nämner som exempel att det finns en larmlista som ska användas för att kalla in en organisation både vid en stor nyhetshändelse och vid en stor kris för företaget.

Analysen visar att medieföretagens medvetenhet om vikten av att förebygga och hantera kriser har ökat under de senaste åren. Närmare 70 procent av de som svarat på enkäten anger att de idag har rutiner för åtgärder som ska vidtas i krislägen, så kallad kontinuitetsplan eller beredskapsplan jämfört med drygt hälften av företagen 2007.

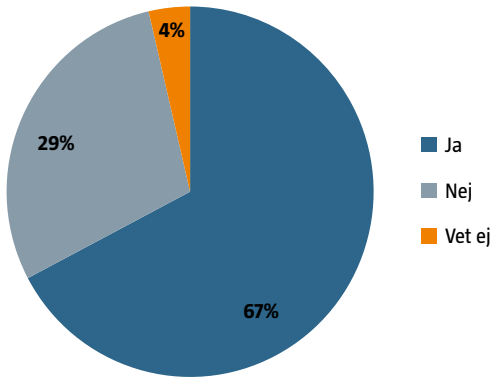
60 procent av medieföretagen anger i enkätundersökningen att de har utsett en särskild krisledningsorganisation jämfört med 50 procent 2007. 60 procent har genomfört övergripande riskanalyser av verksamheten och 75 procent av företagen har utpekade roller och ansvar för säkerhetsarbetet i organisationen.

Drygt 60 procent av medieföretagen svarar i enkäten att de genomför regelbundna övningar, exempelvis för brand, elavbrott, IT-incidenter och krisledning. I djupintervjuerna konstaterar företagen att det är mycket viktigt att genomföra övningar. Vid de flesta övnings-tillfällena upptäcker de flesta företagen detaljer som de inte har tänkt på och som behöver förändras. Övningar kan också genomföras för att visa på vikten av att ha en god krismedvetenhet och förmåga att förebygga och hantera kriser. Exempelvis scenarioövningar där ett scenario spelas upp och gruppen som deltar i övningen i första skedet inte får några metoder eller information om hur de skulle kunna hantera krisen. I nästa skede får de metoder för att lösa krisen. Tanken är att det blir tydligt för deltagarna att man med rätt metoder och förberedelser kan hantera kriser på ett bättre sätt.

Erfarenheter från flera av de intervjuade företagen visar att det är viktigt att börja arbetet med riskanalyser och kontinuitetsplanering i liten skala. Det ska vara enkelt att komma igång och det är viktigt att ha företagsledningen med sig.

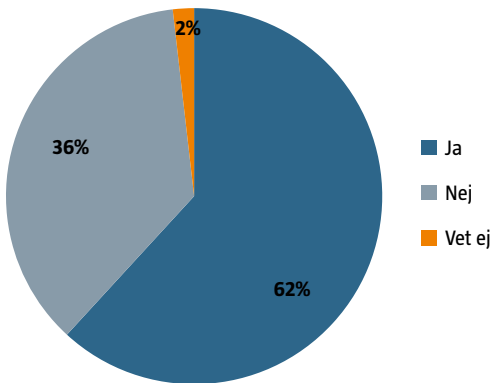
Drygt 60 procent av medieföretagen har enligt enkätsvaren gjort förberedelser för att flytta verksamheten till en annan plats vid en kris, vilket är betydligt fler än för fyra år sedan när motsvarande andel bara var 40 procent.

Har ni rutiner för åtgärder som ska vidtas i krislägen (så kallad kontinuitetsplan)?

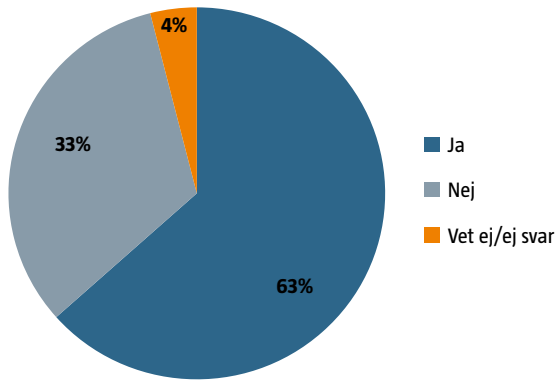


Figur 4. Andel som anger att de har kontinuitetsplan, enkät 2011.

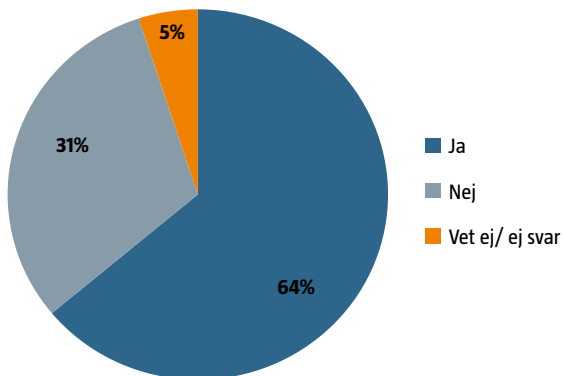
Har ni utsett en särskild krisledningsorganisation?



Figur 5. Andel som anger att de har utsett en krisledningsorganisation, enkät 2011.

Genomför ni regelbundna övningar (t.ex. brand, elavbrott, IT-incidenter, krisledning)?

Figur 6. Andel som anger att de har genomfört regelbundna övningar, enkät 2011.

Har ni vidtagit förberedelser för att kunna flytta er huvudsakliga verksamhet till andra lokaler om det skulle behövas (reservplats)?

Figur 7. Andel som anger att de har vidtagit åtgärder för att flytta verksamheten till reservplats, enkät 2011.

Bilagor

Bilaga 1 – MSB och medieberedskap

Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) följer och analyserar utvecklingen inom medieområdet utifrån ett beredskapsperspektiv. Arbetet sker i nära samarbete med säkerhets- och beredskapschefer samt tekniskt ansvariga inom branschen. Målet är att nyheter, samhällsinformation och varningsmeddelanden kan produceras av och distribueras via medieföretag till samhällets medborgare vid extraordinära händelser i samhället. För att uppnå detta krävs flexibla företag med robusta tekniska system.

En betydelsefull del i arbetet är den samverkan som sker i Mediernas beredskapsråd. Samarbetet mellan staten och medieföretagen startade redan på femtiotalet och nyckelordet för verksamheten är dialog – en levande dialog mellan medieföretagen och staten.

MSB:s roll är att fungera som kunskapsförmedlare och samtalspartner till medieföretag och andra aktörer som myndigheter och departement. MSB initierar projekt, anordnar seminarier samt genomför uppföljningar och utvärderingar inom medieområdet utifrån ett säkerhets- och beredskapsperspektiv.

Privat-offentlig samverkan i Mediernas beredskapsråd

Mediernas beredskapsråd är en viktig del i MSB:s arbete med frågor som rör medieberedskap. Mediernas beredskapsråd initieras av staten och medieföretagen tillsammans som en följd av erfarenheterna på publiceringsområdet under andra världskriget. Inom rådet förs en kontinuerlig dialog om medieföretagens säkerhet, beredskap, krisledningsförmåga och samverkan. Arbetet sker på frivillig basis och en av rådets viktigaste uppgifter är att arbeta för en öppen dialog och ett ömsesidigt förtroende mellan aktörerna.

Samarbetet bygger på det kunskapsutbyte som sker mellan ledamöterna. En viktig förutsättning för att kunna agera snabbt och effektivt vid kriser är gemensamma kunskaper om hot, risker,

sårbarheter, styrkor och tillgängliga resurser. Dagens nätverk och det förtroende som finns mellan ledamöterna i rådet har stor betydelse vid en framtida kris.

I Mediernas beredskapsråd sitter representanter för

- Canal Digital
- Com Hem
- Radiobranschen
- Sveriges Radio
- Sveriges Television
- Teracom
- Tidningarnas Telegrambyrå
- Tidningsutgivarna²⁷
- TV4
- Post- och telestyrelsen
- Viasat

Frågor som diskuteras på sammanträdena är till exempel: Vad blir konsekvenserna för samhället vid ett elavbrott som pågår mer än ett dygn och som drabbar mediesektorn – kommer tidningen som vanligt i brevlådan och kan vi fortfarande titta på tv och lyssna på radio? Hur kan medieföretag och myndigheter samarbeta före, under och efter en kris? Rådet sammanträder fyra gånger per år och ordförande är MSB:s generaldirektör.

MSB vill särskilt framhålla att de privatägda medieföretagens satsningar på säkerhet huvudsakligen sker utifrån affärsmässiga grunder och utgår från interna krav att den dagliga driften ska säkerställas. De åtgärder som vidtas har givetvis betydelse även vid allvarligare påfrestningar. Drivkraften för medieföretagen att nå ut till sina läsare, tittare och lyssnare är stark, ofta relaterad till beroendet av reklamintäkter. Det är av stor vikt för de kommersiella aktörerna att behålla eller stärka sin marknadsposition och sitt kundunderlag. Beredskap och säkerhetslösningar kan till viss del betraktas som något som ingår i deras konkurrenskraft.

27. Representeras för närvarande av Schibsted Sverige.

Bilaga 2 – Varnings- och informationssystem för allmänheten

Idag finns det flera system för att informera och varna allmänheten. Samtliga är på olika sätt beroende av fungerande mediekanaler. De två viktigaste är Viktigt meddelande till allmänheten (VMA) och myndighetsmeddelande. I län med kärnkraftverk finns dessutom ett särskilt system för kärnkraftslarm. Därutöver finns det många andra informationstjänster som sprids via olika medier, bland annat Sveriges Radios datorbaserade informationssystem OJJE²⁸ som möjliggör för SR att informera om olyckor och störningar i trafiksystem, elförsörjning, telekommunikationer etc.

Viktigt meddelande till allmänheten

Varnings- och informationssystemet VMA har tillkommit för att samhällets räddningsorgan snabbare ska kunna nå allmänheten med varningar och information. Den översyn av VMA-systemet som Räddningsverket gjorde under 2007 på regeringens uppdrag innebär att systemet utvidgats och fått fler aktörer med behörighet att begära sändning av meddelanden. VMA kan nu användas också vid andra allvarliga händelser, vid svåra störningar i viktiga samhällsfunktioner och vid krishantering i samband med extraordinära händelser. Sedan tidigare är VMA ett viktigt hjälpmedel i samband med olyckor och risken för olyckor, med räddningstjänst och polis som de vanligaste användarna av systemet.

Systemet utgörs dels av varningsmeddelande i radio och TV, dels av utomhuslarm²⁹. Proposition 2005/06:133³⁰ slår fast att radio och tv är de bästa kanalerna för varning och information till allmänheten, medan utomhuslarmet utgör ett komplement. SOS Alarms SOS-centraler³¹ och Sveriges Radios (SR) sändningsledning har

28. De två svenska radioprofilerna Ove Joanson och Jan Engdahl har fått ge namn åt OJJE-systemet.

29. Signalen i utomhuslarmet består av sju sekunder långa ljudstötter med 14 sekunders paus emellan. Den ska ljuda i minst två minuter.

30. *Samverkan vid kris – för ett säkrare samhälle*, Proposition (2005/06:133).

31. SOS Alarm AB har arton SOS-centraler i landet som dygnet runt tar emot nödsamtal på larmnumret 112.

nyckelpositioner i kedjan för att få denna varning och information till allmänheten att fungera snabbt och effektivt. SOS Alarm vidarebefordrar en begäran om VMA till sändningsledningen på SR. Sändningsledningen ser till att SR:s kanaler sänder meddelandet och distribuerar meddelandet till övriga medverkande etermedieföretag. SR:s meddelande sänds med automatik även i den privata lokalradion. VMA läggs också ut i text-tv och på SR:s webbplatser. Sändningsledningen tjänstgör dygnet runt och är garanterad för att meddelandet når alla.

Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) är den myndighet som ansvarar för VMA-systemet. Följande radio- och tv-företag har överenskommelse med MSB om villkoren att finnas med som aktör i VMA-systemet:

- Sveriges Radios FM-kanaler
- Sveriges Television
- Sveriges Utbildningsradio
- TV4
- Kanal 5
- Kanal 9.

Kommersiell radio utgör också en viktig länk i förmedlingen av VMA.

Det finns två nivåer av VMA: varnings- och informationsmeddelanden. Varningsmeddelanden sänds omedelbart i situationer där det finns risk för skada på liv, egendom och miljö. Har utomhuslarmet VMA utlöst ska det alltid följas av ett varningsmeddelande i samtliga överenskomna radio- och tv-kanaler.

Informationsmeddelanden sänds utan krav på omedelbarhet för att förebygga och begränsa skador på människor, egendom eller miljö. Ett informationsmeddelande kan också sändas i alla överenskomna radio- och tv-kanaler.

Myndighetsmeddelande

Myndigheter kan begära att få sända ett myndighetsmeddelande när deras ordinarie verksamhet inte längre kan bedrivas. Det kan

röra sig om inställda skolskjutsar på grund av snöoväder, störningar i vatten- och elförsörjning eller liknande situationer som dock inte bedöms akut livsfarliga.

I de sändningstillstånd som regeringen utfärdar för SR, SVT och UR står inskrivet att bolagen kostnadsfritt ska sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det. Meddelandet sänds enbart i den kanal som begärts. En myndighet som önskar sända ett myndighetsmeddelande i SR kontakter SR:s lokala kanal i sin region, alternativt SR:s sändningsledning i Stockholm om SRs lokala kanal inte sänder just då. För ett motsvarande myndighetsmeddelande i SVT tar myndigheten kontakt med SVT:s regionala nyhetsredaktion alternativt SVT:s sändningsledning i Stockholm. SR och SVT ger meddelandet en lämplig utformning och väljer när det kan sändas för att inte störa den tabblågade programverksamheten.

Kärnkraftslarm

Inom den så kallade inre beredskapszonen kring kärnkraftverken ska allmänheten kunna varnas både utomhus och inomhus. Utomhus används samma system som för övrig utomhusvarning. För inomhusvarning används RDS-systemet och för att kunna få denna varning har alla hushåll inom beredskapszonen tilldelats särskilda radiomottagare avsedda för varningsmeddelande. Sändningsledningen vid SR har även ansvaret för utrymningsalarmering vid eventuella kärnkraftsolyckor. Ett kärnkraftslarm ska nå alla som bor inom en mils radie från ett kärnkraftverk. RDS-mottagaren varnar sedan 2002 inte enbart vid kärnkraftsolyckor utan aktiveras också vid andra allvarliga olyckor, till exempel olyckor med farligt gods.

Det finns larm på två olika nivåer för olyckor i svenska kärnkraftverk: haverilarm och höjd beredskap. Vid ett haverilarm varnas allmänheten omedelbart genom ett särskilt system för utomhus- och inomhuslarm som startas av kärnkraftverket. Varningen följs av myndighetsmeddelanden i radio och TV. Vid höjd beredskap informeras allmänheten genom myndighetsmeddelanden i radio och TV, men inget larm med sirener eller liknande utlöses. Parallellt med att allmänheten informeras larmar det berörda kärnkraftverket regionala och centrala myndigheter via regionala och nationella larmcentraler.

Bilaga 3 – Utdrag ur sändningstillstånd

För att sända marksänd tv, text-tv, kommersiell radio och när-radio krävs sändningstillstånd från Myndigheten för radio och tv. Kabel-, satellit- och webbsändningar kräver inte tillstånd men ska registreras hos samma myndighet. Public service-bolagen SVT, SR och UR får sina sändningstillstånd av regeringen.

Nedanstående är utdrag ur SVT:s, SR:s och TV4:s sändningstillstånd som gäller krav på företagen angående säkerhet och beredskap.

Sändningstillstånd för Sveriges Television AB, 2009-12-17

16§ SVT ska kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det. SVT ska se till att meddelandet ges en lämplig utformning och att det inte genom sin omfattning eller på annat sätt inverkar menligt på programverksamheten.

22§ SVT ska upprätthålla en hög säkerhet för produktion och distribution. Sändningarna ska ske med så god säkerhet att eventuella sändningsavbrott blir så korta som möjligt. SVT ska ställa höga krav på de leverantörer som anlitas för programinsamling och distribution av egensändningar.

23§ SVT ska utifrån en risk- och sårbarhetsanalys analysera och värdera sändningsverksamheten så att avbrott så långt som möjligt kan undvikas. Detta arbete ska ske efter samråd med Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB). Analysen ska resultera i beredskapsplaner vilka årligen före den 1 mars ska lämnas till Regeringskansliet (Kulturdepartementet) och till MSB för kännedom.

Om högsta beredskap råder i landet ska SVT utgöra en självständig organisation med totalförsvarsuppgifter och lyda direkt under regeringen. UR:s resurser ska i en sådan situation tillföras SVT och SR. Om höjd beredskap råder i landet får regeringen förordna att vad som sägs i första meningen i detta stycke ska gälla.

De bestämmelser om bolagets programverksamhet som intagits i tillståndsvillkor och anslagsvillkor för bolaget ska vara vägledande också för den verksamhet som bedrivs under höjd beredskap och vid svåra påfrestningar på samhället i fred.

Sändningstillstånd för Sveriges Radio AB, 2009-12-17

18§ SR ska kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det. SR ska se till att meddelandet ges en lämplig utformning och att det inte genom sin omfattning eller på annat sätt inverkar menligt på programverksamheten.

24§ SR ska upprätthålla en hög säkerhet för produktion och distribution. Sändningarna ska ske med så god säkerhet att eventuella sändningsavbrott blir så korta som möjligt. SR ska ställa höga krav på de leverantörer som anlitas för programinsamling och distribution av egensändningar.

25§ SR ska utifrån en risk- och sårbarhetsanalys analysera och värdera sändningsverksamheten så att avbrott så långt som möjligt kan undvikas. Detta arbete ska ske efter samråd med Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB). Analysen ska resultera i beredskapsplaner vilka årligen före den 1 mars ska lämnas till Regeringskansliet (Kulturdepartementet) och till MSB för kännedom.

Om högsta beredskap råder i landet ska SR utgöra en självständig organisation med totalförsvarsuppgifter och lyda direkt under regeringen. UR:s resurser ska i en sådan situation tillföras SVT och SR. Om höjd beredskap råder i landet får regeringen förordna att vad som sägs i första meningen i detta stycke ska gälla.

De bestämmelser om bolagets programverksamhet som intagits i tillståndsvillkor och anslagsvillkor för bolaget ska vara vägledande också för den verksamhet som bedrivs under höjd beredskap och vid svåra påfrestningar på samhället i fred.

Sändningstillstånd för TV4 AB (TV4), Radio- och tv-verket - och tv 2008-03-28

3§ Den tekniska kvaliteten på sändningarna ska vara hög. Sändningarna ska ske med så god säkerhet att sändningsavbrott blir så korta som möjligt.

13§ TV4 AB ska kostnadsfritt sända varningsmeddelanden som är av vikt för allmänheten och som ska skydda människor, egendom eller miljö om en myndighet begär det.

16§ TV4 AB ska utarbeta en beredskapsplan för verksamheten under höjd beredskap och vid svåra påfrestningar på samhället i fred samt lämna planen till regeringen och till den myndighet regeringen bestämmer.

Bilaga 4 – Nyhetsprocessen

Nyhetsprocessen steg för steg vid elavbrott

Nyhetsprocessen innefattar insamling, bearbetning, distribution och mottagning av medieinnehåll. För att tydliggöra hur nyhetsprocessen kan påverkas vid en krissituation beskrivs ett elavbrotts konsekvenser för nyhetsprocessen steg för steg nedan.

Insamling

För att samla och spela in nyhetsmaterial används utrustning som är anpassad för användning på platser där det normalt inte finns tillgång till nätkraft. Strömförbrukningen hos utrustningen är oftast inte större än att batterier och mindre elgeneratorer kan användas, vilket innebär att denna utrustning sällan påverkas direkt av ett elavbrott. En stor del av nyhetsinsamlingen sker på redaktionerna via elektroniska kommunikationer som är elberoende, även om en del av användarnas apparater är batteridrivna. Vid elavbrott skulle det kunna uppstå problem med överföringen av nyhetsmaterialet.

Redaktionell och teknisk bearbetning

Det redaktionella arbetet är vanligtvis digitaliserat. Ljud, bild, video och texter lagras som digitala filer på hårddiskar och dataservrar. Systemen för den redaktionella lagringen, liksom åtkomsten och bearbetningen är i hög grad elberoende. Ett elavbrott skulle således kunna få betydande konsekvenser för verksamheten och försvåra möjligheten att skicka material vidare för utsändning eller publicering. För att skicka signaler till distributörer av radio och tv har de producerande medieföretagen ofta tillgång till flera redundanta kommunikationsvägar som dataförbindelser, radiolänk och satellit, även om samtliga är elberoende.

Distribution

Fungerande elförsörjning är nödvändig för distribution av radio och TV. Detta gäller såväl distribution via marknätet som via kabelnät, satellit och internet.

Marknät

Inom Teracom har alla radiolänkstationer och större sändarstationer, för distribution av radio och tv i marknätet, reservkraftsaggregat. Utöver de fast installerade aggregaten förfogar Teracom över ett antal transportabla reservkraftsaggregat.

Kabel

De stora kabel-tv-företagens huvudcentraler har i regel reservkraft och i vissa fall dubblerad utrustning. Eftersom vanliga tv-apparater, till skillnad från radioapparater, normalt inte kan drivas med batterier så drabbas de omgående om hushållen har strömavbrott. Därmed finner kabel-tv-företagen inte tillräckliga motiv att investera i reservkraft för de delar av näten som ansluter enskilda fastigheter och hushåll.

Satellit

Satelliternas egna tv-sändare, tv-mottagare och kontrollsystem drivs av solpaneler, vilket innebär att satelliterna är självförsörjande på elkraft. Satellitsystemens upplänkar och nerlänkar är däremot både jordbundna och elberoende. Kontrollstationerna på marken för satelliterna Sirius och Thor har reservkraftsaggregat som kan driva verksamheten under minst en vecka.

Tidningsdistribution

Tidningsdistribution sker manuellt genom utkörning och utdelning. Distributörer av tidningar är endast beroende av elkraft vid uppdatering av abonnentregistren som anger vilka hushåll tidningen ska levereras till. Ofta har tidningsdistributören beredskap åtminstone för ett dygns elavbrott, tack vare rutinen att dagligen skriva ut ett extra exemplar av registren.

Mottagning

För mottagning av radio, tv och webbmedier krävs elektronisk utrustning. Mångfalden utrustning som kan användas för elektronisk mediekonsumtion har ökat under det senaste decenniet. Tillgången till batteridrivna enheter som mobiltelefoner, bärbara datorer och handdatorer etc. bidrar till att förbättra hushållens möjligheter att ta emot varningsmeddelanden, nyheter och samhällsinformation under ett elavbrott. Fördelarna utifrån ett

beredskapsperspektiv är att dessa bärbara mottagare är både batteridrivna, relativt strömsnåla och enkla att ta med sig. De kan därmed komma att spela en viktig roll för svensk medieberedskap. Batteritiden för denna typ av apparater är emellertid relativt kort. Därmed finns fortfarande ett betydande beroende av enkla batteridrivna radioapparater med fungerande batterier vid elavbrott.

Bilaga 5 – Urval

Urval djupintervjuer

23 personliga djupintervjuer har genomförts på såväl producerande som distribuerande företag med säkerhetschefer, beredskapschefer, verksamhetschefer eller motsvarande. På vissa företag har flera personer intervjuats, varför antalet företag är färre än antalet intervjuer. Det genomfördes även en intervju med Post- och telestyrelsen. Ambitionen är att genom intervjuerna täcka in hela mediebranschen, det vill säga radio, tv, tidningar, nyhetsbyråer och webbmedier.

Följande har intervjuats:

Aftonbladet

Bold Printing Group

Canal Digital Sverige AB

Com Hem AB

Göteborgs-Posten

Modern Times Group MTG AB

MTD MorgonTidningsDistribution i Sverige Aktiebolag

Nerikes Allehanda

Nya Wermlands-Tidningen

Post- och telestyrelse

Mediebolaget Promedia i Mellansverige AB

Stampen AB

Svenska Dagbladet

Sveriges Radio AB

Sveriges Television AB

Teracom AB

Tidningarnas Telegrambyrå AB

TV4 AB

Urval enkät

83 medieföretag som bedömdes vara stora eller medelstora ingick i urvalet till enkäten. Inom dagspress ingick första- och andra tidning på respektive regional marknad i urvalet, det vill säga de två tidningar inom varje region med flest läsare. Inom övriga mediekategorier ingick de företag som hade störst räckvidd och som därmed nådde flest konsumenter. I samband med tidigare genomförda risk- och sårbarhetsanalyser av branschen har motsvarande enkäter genomförts. De utvalda företagen är inte identiska vid de olika enkätstillfällena, däremot representerar de samma delar av mediebranschen. De företag som har intervjuats har också svarat på enkäten.

Bilaga 6 – Enkätfrågor

1. Vad har du för befattning/titel?

2. Kryssa i de verksamhetsområden som dina enkätsvar gäller för.

- Nyhetsbyrå
- Radioproduktion
- TV-produktion
- Webbmedieproduktion
- Dagspress redaktion, gäller svaren fler än en tidning ange hur många _____
- Dagspress tryckeri
- Dagspress distribution
- Distribution via marknät
- Distribution via satellit
- Distribution via kabelnät
- Distribution via Internet
- Distribution via mobiltelefoni

3. Hur många anställda är ni i företaget/koncernen?

- 0-50
- 51-200
- över 200
- Vet ej

4. Vilken omfattning har er huvudsakliga verksamhet?

Välj ett alternativ

- Rikstäckande
- Regional
- Lokal
- Vet ej

5. Finns det utpekade roller och ansvar för säkerhetsarbetet i organisationen (t ex fysisk säkerhet, informationssäkerhet, riskhantering)?

- Ja
- Nej
- Vet ej

6. Har ni utsett en särskild krisledningsorganisation?

- Ja
- Nej
- Vet ej

7. Har ni en informationssäkerhetspolicy?

- Ja
- Nej
- Vet ej

8. Har ni genomfört övergripande riskanalyser för er verksamhet?

- Ja
- Nej
- Vet ej

9. Hur stor bedömer du att sannolikheten är för att följande händelser drabbar er verksamhet?

Ange ett värde på en skala mellan 1 och 10, där 1 är obefintlig sannolikhet och 10 är mycket hög sannolikhet.

Elavbrott

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Vet ej

Avbrott i elektroniska kommunikationer (t ex Internet, telefoni)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Vet ej

Brand

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Vet ej

Informationssäkerhetsincident (t ex, dataintrång, IT-haveri)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Vet ej

Naturkatastrofer (tex isstorm, översvämning)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Vet ej

Epidemi/pandemi

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Vet ej

Fysiskt sabotage

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Vet ej

Hot mot organisation och/eller personal

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Vet ej

Insiderbrott

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Vet ej
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--------

Annat hot, skriv vad på raderna nedan

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Vet ej
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--------

10. Hur stora konsekvenser bedömer du att det blir för er verksamhet om någon av följande händelser inträffar?

Ange ett värde på en skala mellan 1 och 10, där 1 är obefintliga konsekvenser och 10 är mycket stora konsekvenser.

Elavbrott

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Vet ej
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--------

Avbrott i elektroniska kommunikationer (t ex Internet, telefoni)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Vet ej
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--------

Brand

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Vet ej
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--------

Informationssäkerhetsincident (t ex, dataintrång, IT-haveri)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Vet ej
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--------

Naturkatastrofer (tex isstorm, översvämning)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Vet ej
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--------

Epidemi/pandemi

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Vet ej

Fysiskt sabotage

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Vet ej

Hot mot organisation och/eller personal

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Vet ej

Insiderbrott

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Vet ej

Annat hot, skriv vad på raderna nedan

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Vet ej

**11. Har ni rutiner för åtgärder som ska vidtas i krislägen (så kallad
kontinuitetsplan)?**

- Ja
- Nej
- Vet ej

12. Har ni vidtagit förberedelser för att kunna flytta er huvudsakliga verksamhet till andra lokaler om det skulle behövas (reservplats)?

- Ja
- Nej
- Vet ej

13. Har ni reservkraftsaggregat för att driva de viktigaste delarna av er verksamhet vid ett omfattande elavbrott?

- Ja - gå till fråga 15
- Nej
- Vet ej

14. Om ert företag inte har någon beredskap för omfattande elavbrott, vilken är den huvudsakliga orsaken?

- Sannolikheten att det inträffar är liten
- Konsekvenserna blir små för vår verksamhet
- De ekonomiska resurserna saknas Gå till fråga 17
- Har inte reflekterat över frågan tidigare
- Annat (kryssa i rutan och skriv vad på raderna nedan)
- Vet ej

15. Under hur lång tid klarar ni att sköta de viktigaste delarna av verksamheten med reservkraft?

- Mindre än ett 1 dygn
- 1 dygn
- 2-3 dygn
- 4-6 dygn
- 7 dygn
- Mer än 7 dygn
- Vet ej

16. Har ni rutiner för transport av diesel till reservkraftsaggregaten?

- Ja
- Nej
- Vet ej

17. Har ni batterireserv, så kallad UPS?

- Ja, för avbrottsfri övergång till reservkraft
- Ja, men endast för korta avbrott
- Nej
- Vet ej

18. Testas reservkraften regelbundet?

- Ja, hur ofta? _____
- Nej
- Vet ej

19. Har ni beredskap för att driva de viktigaste delarna av er verksamhet vid ett omfattande och långvarigt avbrott i elektroniska kommunikationer (t ex Internet, telefoni, fax)?

- Ja - gå till fråga 21
- Nej
- Vet ej

20. Om ert företag inte har någon beredskap för avbrott i elektroniska kommunikationer, vilken är den huvudsakliga orsaken?

- Sannolikheten att det inträffar är liten
- Konsekvenserna blir små för vår verksamhet
- De ekonomiska resurserna saknas
- Har inte reflekterat över frågan tidigare
- Annat, skriv vad på raderna nedan
- Vet ej

21. Genomför ni regelbunden utbildning av personalen i informationssäkerhetsfrågor?

- Ja
- Nej
- Vet ej

Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB)
651 81 Karlstad Tel 0771-240 240 www.msb.se
Publ.nr MSB330 - november 2011 ISBN 978-91-7383-175-8