



STUDIEHANDLEDNING · 2026



STUDIEHANDLEDNING · ABF VÄST 2026

Podda tillsammans

– *från idé till publicering*

ABF VÄST · [ABF.SE/VAST](https://abf.se/vast)

OM MATERIALET · FRÅN SKRIBENTEN

Att bjuda in till ett samtal.

Att göra podd är i grunden att bjuda in till ett samtal – om arbetslivet, föreningen, demokratin, kulturen eller minnen som annars riskerar att gå förlorade.

För ABF och våra medlems- och samarbetsorganisationer är podden ett verktyg som ligger nära folkbildningens kärna. Den kräver inte en stor redaktion eller någon dyr utrustning för att komma igång utan framför allt en idé, en grupp som vill undersöka något tillsammans och en vilja att ta lyssnaren på allvar.

Handledningen leder er steg för steg från första idén till ett färdigt avsnitt: hur ni hittar ert ämne, formulerar syfte och målgrupp, väljer format, spelar in, redigerar och publicerar. Den fungerar som underlag för en kortare tematräff på 1–2 studietimmar – eller som grund för en längre studiecirkel.

Materialet handlar inte bara om teknik utan också om ansvar. När en podd görs i folkbildningens namn bär den med sig ett förtroende som behöver vårdas – i varje fråga som ställs, varje klipp som görs och varje påstående som publiceras.

Kanske blir resultatet en föreningspodd, en facklig samtalsserie, en lokal berättelsebank eller ett ljudarkiv över erfarenheter som borde få höras oftare. Oavsett form börjar allt på samma sätt: med någon som säger något, någon som lyssnar och en grupp som bestämmer sig för att göra det tillsammans.

**Lars Wiberg**

TEXT OCH FORM · ABF VÄST

COPYRIGHTSIDA

UTGIVARE

ABF Väst

TEXT OCH FORM

Lars Wiberg

UTGIVNINGÅR

2026

UPPHOVSRETT

© Lars Wiberg och ABF Väst 2026

KONTAKT

abf.se/vast

ISBN

978-91-531-0390-5

FOTO

Canva – @pocstock

Innehåll.

01	Förord <i>Ulrika Abrahamsson, ABF Väst</i>	04
02	Inledning – Att podda tillsammans <i>Varför nu, demokratin och ljudet</i>	05
03	Del 1 • Presentationsrunda <i>Vilken podd har betytt något för dig?</i>	09
04	Del 2 • Teori och övningar <i>A. Varför podd • B. Idé, syfte, målgrupp</i>	10
05	Del 2 • Format och inspelning <i>C. Manus och dramaturgi • D. Teknik</i>	14
06	Del 2 • Redigering och publicering <i>E. Klipp, musik, värdtjänster, video</i>	17
07	Del 3 • Källtillit, källkritik & etik <i>Samtycke, fakta, GDPR</i>	23
08	Del 4 • Handlingsplan <i>Hur tar vi podden i bruk hos oss?</i>	26
09	Samtyckesblankett <i>Mall – ljudinspelning och podd</i>	28
10	Tips för cirkelledaren <i>Praktiska råd för cirkelledare</i>	30
11	Ordlista & vidare läsning <i>Begrepp och fördjupningskällor</i>	31

OM TEKNIKTIPSEN

Teknik förändras snabbt, men metoder håller längre. När ni kommer till handledningens tekniktips är det därför bra att tänka på att appar, program, utrustning och funktioner kan ha förändrats sedan materialet skrevs. Gör gärna en egen aktuell sökning eller fråga någon som är insatt i området. Se tekniktipsen som en utgångspunkt – inte som en lista över de enda eller alltid bästa lösningarna.

01 · FÖRORD

Demokratin har också ett ljud.

Vi lever i en tid då allt fler delar sina röster i poddflöden. De långa samtalen vid köksbordet har också hittat in i hörlurarna – på väg till jobbet, under promenaden eller medan kvällsdiskens tas om hand.

För ABF Väst och våra medlems- och samarbetsorganisationer innebär utvecklingen både en utmaning och en möjlighet. Utmaningen ligger i ljudbruset. Det publiceras stora mängder poddar, och många tystnar efter bara några avsnitt. Samtidigt är möjligheterna större än någonsin.

Det har aldrig varit enklare för deltagare i en studiecirkel, medlemmar i en fackklubb eller aktiva i en pensionärsförening att spela in, klippa och publicera ett samtal som faktiskt når ut. Med det här materialet vill vi sänka trösklarna.

Du behöver inte vara journalist, ljudtekniker eller medieproffs för att göra en podd som är värd att lyssna på. Det räcker att ni har något att säga, någon ni vill nå och tålamod att lära av varandra.

Steg för steg får du och din grupp stöd i att utveckla idén, planera samtalet, spela in, redigera, publicera och bygga en lyssnarskara. Materialet är praktiskt upplagt och vilar på folkbildningens värderingar: delaktighet, eftertanke och ansvar.

Förhoppningen är att materialet ska bli en startpunkt för fler berättelser, fler perspektiv och fler tillfällen där ni kan utforska podden som verktyg – tillsammans. Och du – glöm inte att alltid fråga om samtycke från dem ni spelar in.



Att göra podd handlar om mer än att låta proffsig. Det handlar om att skapa rum där människor får tala till punkt.

Ulrika Abrahamsson

STUDIEOMBUDSMAN/CHEF, ABF VÄST

Att podda tillsammans.

Podd är ett av civilsamhällets mest användbara medier. Det är billigt, nära och tar plats i lyssnarens vardag på ett sätt som tidningar, video och sociala flöden inte alltid gör.

När någon sätter på en podd avsätter hen en stund av sin tid och bjuder in en eller flera röster i sina hörlurar. Det är en relation som är värd att ta på allvar.

För föreningar, klubbar och studiecirkel har podden en särskild fördel. Den passar väl för det som folkbildningen länge har varit bra på: att samlas kring en fråga, samtala, lyssna och göra varandra klokare längs vägen. Ni gör kanske redan en podd – ni har bara inte spelat in den än.

Det här materialet hjälper er att gå från ett samtal som äger rum en gång till ett samtal som kan nå tio, hundra eller tusen lyssnare.



NI FÅR ÖVA PÅ ATT

- hitta en idé som håller – och beskriva den i en mening
- välja ett format som passar er grupp och er tid
- spela in ett bra samtal med enkla medel
- redigera, lägga på vinjett och publicera
- tänka på källtillit, etik och samtycke
- bygga en lyssnarskara och bli självgående

02 · INLEDNING · VARFÖR JUST NU?

Det har aldrig varit enklare att publicera.

Lyssnandet i Sverige har stabiliserats på en hög nivå. Många lyssnar på podd regelbundet, och podden har blivit en självklar del av människors vardag.

Samtidigt är trösklarna lägre än tidigare. En enkel mikrofon, ett kostnadsfritt redigeringsprogram och ett konto hos en värdtjänst kan räcka för att publicera. Det betyder också att konkurrensen är stor.

Skillnaden mellan en podd som hittar lyssnare och en podd som somnar in efter några avsnitt är sällan tekniken. Den ligger oftare i idén, regelbundenheten och respekten för lyssnaren.

Det är där det här materialet vill vara till hjälp.

INFÖR VALÅRET 2026

31%

av förstagångsväljare tar del av politiskt innehåll i poddar (17 % 2022)

20%

av alla svenskar – upp från 17 % vid förra valet

16%

tror att poddar blir viktiga för deras eget beslut i valet

88%

förväntar sig AI-genererat falskt material i påverkanssyfte

Riksdagsvalet 2026 hålls den 13 september. Det betyder att Sverige under första halvåret går in i en av de mest medieintensiva perioderna mellan två val – och en stor del av medieflödet kommer att bestå av poddar.

02 · INLEDNING · DEMOKRATIN HAR OCKSÅ ETT LJUD

Tre former av påverkan att känna igen.

Det räcker inte längre att bara fråga: är detta sant eller falskt? Inför valåret 2026 behöver vi också förstå hur information används, i vilket sammanhang den sprids och vilket syfte den kan ha.

FORM

Desinformation

Medvetet falsk information som sprids för att skada, vilseleda eller påverka. Avsändaren har ett uttalat eller dolt syfte.

FORM

Missinformation

Felaktig information som sprids av misstag. Den som sprider tror själv att den är sann – men har inte kontrollerat den.

FORM

Malinformation

Information som i grunden är sann – men används i ett skadligt eller missvisande sammanhang. Ofta svårast att hantera.

EXEMPEL · MALINFORMATION

Ett uttalande från 1995 kan placeras i ett flöde 2026 med rubriken: "se vad de tycker". Citatet är korrekt återgivet – men när tre decennier av sammanhang klipps bort blir det missvisande. I värsta fall skapas **skuld genom association**: ett fragment av sanning vrids tills det börjar fungera som lögn.

02 · INLEDNING · TUMREGLER FÖR VALÅRET

Tre saker att tänka extra på.

För en folkbildande podd 2026 betyder valåret två saker: ni kan göra skillnad – och ni lånar folkbildningens trovärdighet. Som tumregler:

01**Var transparenta**

Berätta i avsnittsbeskrivningen vilka som gör podden, vilken organisation som står bakom och vilka källor ni lutar er mot.

02**Verifiera politiska påståenden**

Ha minst två oberoende källor till allt som inte är självklart. Om ni säger att en kommun har lagt ned fyra replokaler – ska ni kunna visa att det är fyra.

03**Var uppmärksamma på AI-röster**

Om ni får skickat ljudmaterial som påstås komma från en politiker eller offentlig person: publicera det inte utan kontroll. Ring, mejla, bekräfta via säker kanal.

VARFÖR EXTRA VIKTIGT

AI-genererat ljud är redan en realitet, och det är ett särskilt allvarligt hot mot poddmediet eftersom ljud bygger på tillit till rösten.

DEL 1 · PRESENTATIONSRUNDA

Vilken podd har betytt något för dig?

TID · 15–20 MINUTER

Börja med att alla presenterar sig kort och berättar om en podd som har betytt något för dem. Det kan vara ett avsnitt de minns, en värd de litar på, ett samtal som ändrade hur de tänker – eller en podd de slutade lyssna på och varför.

DET KAN TILL EXEMPEL VARA

- en samtalspodd där två personer tänker högt tillsammans
- en facklig podd som förklarar något komplicerat på arbetsplatsen
- en intervju-podd där någon får prata till punkt
- en dokumentärpodd som följer en historia genom flera avsnitt
- en podd som skulle kunna vara bättre – och vad ni saknade i den

VIKTIGT

Låt alla berätta utan avbrott först. Det finns inget rätt eller fel sätt att göra podd. Det viktiga är det personliga: *varför fastnar man? Vad gör att man kommer tillbaka?*

DISKUTERA I HELGRUPP

- 01 Vad återkommer i de poddar ni tycker om?
- 02 Vad gör att ni slutar lyssna på en podd?
- 03 Vilka röster saknas i poddflödet i dag?
- 04 Vilka delar av er förenings vardag skulle förtjäna en egen podd?

SYFTE MED ÖVNINGEN

Att börja hos lyssnaren – inte hos sändaren. Ni ska göra en podd som någon faktiskt vill lyssna på, inte bara en podd för att ni själva vill göra en – därefter kan ni prova att göra tvärtom.

DEL 2 · A · VARFÖR GÖRA PODD?

Lyssnaren har sökt upp er.

Podd skiljer sig från mer allmän radio, video och text på en viktig punkt: lyssnaren har aktivt valt att vara där. Ingen råkar lyssna på er podd. Det betyder att ni har lyssnarens tid till låns.



FEM SKÄL ATT VÄLJA PODD

01 Nära format

Rösten i hörlurarna skapar närhet på ett sätt som video sällan gör.

02 Engagerade lyssnare

Den som startar ett poddavsnitt har ofta valt att lyssna aktivt.

03 Plats i vardagen

Podd fungerar under promenaden, i bilen, på bussen eller vid disken.

04 Egen kontroll

Ni äger ert format och bestämmer ton, innehåll och publicering.

05 Levande arkiv

Ett avsnitt kan finnas kvar i flera år och hitta nya lyssnare långt senare.

ÖVNING · GRUPPSAMTAL · SMÅGRUPPER · 10 MIN

Vilka samtal i er organisation skulle förtjäna 25 minuter?

- Vilka frågor förtjänar ett samtal på 25 minuter?
- Vilken målgrupp kan vi nå med podd som vi inte når idag?
- Vilka röster i vår krets får sällan tala till punkt?
- Vad vill vi att lyssnaren ska säga om vår podd till en vän?

DEL 2 · B · IDÉ, SYFTE OCH MÅLGRUPP

Beskriv podden i tio ord.

Det första testet på en idé är om ni kan beskriva den för någon på bussen. Försök skriva er podd i max tio ord, utan tomma fraser. Tomma fraser är ord som "intressant", "viktigt", "spännande" – de säger ingenting.

BRA EXEMPEL

- "Två skyddsombud förklarar veckans arbetsmiljöbeslut."
- "Pensionärer berättar hur orten såg ut förr."
- "Unga fackmedlemmar diskuterar lönesamtal de just haft."
- "En kulturskribent diskuterar en bok med oss en gång i månaden."

BESTÄM SYFTE · TRE FRÅGOR PER AVSNITT

Veta

Vad ska lyssnaren förstå när avsnittet är slut?

Känna

Nyfiken, igenkänd, peppad, mindre ensam, arg på rätt saker?

Göra

Ringa skyddsombudet, gå med i föreningen, läsa boken, dela avsnittet?

TIPS

Starta en arbetsplatspodd!

Om ni inte får ihop tio ord är idén ännu inte klar. Det är inget fel – det betyder bara att ni behöver smala av. En podd "om kultur" är ingen podd. En podd "om böcker som gjorde någon klokare" kan vara det.

DEL 2 · B · MÅLGRUPP & UNIKA INGÅNG

En "podd för alla" når sällan någon.

BESKRIV EN TYPISK LYSSNARE

Det är lika viktigt att veta vem ni inte vänder er till. Beskriv en typisk lyssnare i konkreta drag:

- Ålder och livssituation
- När och var lyssnar hen? (pendling, promenad, jobbet, kvällen)
- Vilka andra poddar lyssnar hen redan på?
- Vad vill hen ha från oss som ingen annan ger?

TRE SAKER ATT LETA EFTER I GRUPPEN

1. Erfarenhet

Vem har gjort, levt eller arbetat med ämnet? Det räcker inte att tycka något – vad har ni varit med om?

2. Skiljelinjer

Tycker ni olika om en grundfråga? Bra. Konflikter mellan värdar är ofta poddmotorn – inte ett problem.

3. Kontakter

Vem känner ni? Vem kan ringa upp och få ett samtal? Ett gästflöde är en av de tyngsta tillgångarna.

ÖVNING · MINDMAP ÖVER GRUPPENS INGÅNGAR · WHITEBOARD/SKÄRM · 15 MIN

Vad är vår mest unika vinkel?

01. Skriv allas namn i ringar runt om. Mitt på skärmen/arket: ert poddämne.

03. Leta efter paralleller och konflikter. Markera de starkaste stickorden i annan färg.

02. Dra streck från varje namn till ämnet och skriv stickord – erfarenheter, åsikter, kontakter.

04. Fråga: vilket är vårt mest unika stickord? Det är svaret på "varför just vi".

DEL 2 · B · TRE EXEMPEL SOM VISAR BREDDEN

Pitchen – i

tio ord, fyra drag, tre verb.

EXEMPEL

Skyddsombuden

"Två skyddsombud reder ut veckans arbetsmiljöbeslut."

LYSSNARE

Nyvalda skyddsombud i mindre arbetsplatser, 30–55 år, lyssnar i bilen.

VET · KÄNNER · GÖR

Förstår ett aktuellt beslut → känner sig mindre ensam → vågar lyfta frågan på nästa möte.

EXEMPEL

Stadsvandringen

"Pensionärer berättar ortens glömda 50- och 60-tal."

LYSSNARE

Nya invånare och nyfikna i alla åldrar, lyssnar på promenader.

VET · KÄNNER · GÖR

Lär sig en konkret detalj om sitt kvarter/byagata → samhörighet över generationer → går till nästa vandring.

EXEMPEL

Lönepodden

"Unga berättar om sitt första lönesamtal – ärligt."

LYSSNARE

20–30 år, första-jobbet, lyssnar på pendling och kvällar.

VET · KÄNNER · GÖR

Vet vad ett rimligt påslag är → känner sig peppad inför sitt eget samtal → går kanske med i facket.

TUMREGEL

Spara de bortvalda idéerna.

De flesta poddar går in i en svacka mellan avsnitt 8 och 15. Det är då den gamla brainstorm-listan visar sig vara guld värd. **Innan ni går hem från träffen – fyll på listan med tre nya förslag.**

DEL 2 · C · FORMAT, MANUS OCH DRAMATURGI

Välj rätt format för er grupp.

I praktiken landar de flesta poddar i ett av fyra grundformat. För en studiecirkel eller facklig klubb är samtalsformatet nästan alltid det mest realistiska att börja med.

Solomonolog

01 · EN VÄRD

Personligt, billigt, snabbt. Kräver att man är trygg vid mikrofonen och vågar pausa.

Samtalspodd

02 · TVÅ FASTA VÄRDAR

Sveriges vanligaste format och enklaste att starta. Kräver två personer med kemi.

Intervjupodd

03 · EN VÄRD, EN GÄST

Lever på gästerna och frågorna. Kräver intervjuvana och ett gästflöde.

Reportage

04 · BERÄTTAT AVSNITT

Flera röster, klipp och miljöljud. Räkna med 20–40 timmar per avsnitt.

AVSNITTSLÄNGD

25–40 min

Tillräckligt långt för att gå på djupet utan att kännas tungt att lyssna på. Längden passar också bra för en pendling eller promenad. **De första 60 sekunderna** avgör om lyssnaren stannar kvar. **De sista 60 sekunderna** är ofta det lyssnaren minns.

DEL 2 · C · MANUS OCH AKTER

Bygg avsnittet i akter.

FYRA NIVÅER AV MANUS

1. Helt skrivet manus

Varje ord skrivet i förväg. Bra för dokumentärer och känsliga ämnen. Risk: kan låta uppläst.

2. Detaljerad punktlista

Varje fråga och övergång förberedd, formuleringen sker i stunden. Det de flesta proffspoddar använder.

3. Stödord

Ett par anteckningar per ämne. Snabbt, naturligt – men risken är att samtalet skenar iväg.

4. Helt fritt

Inget manus alls. Funkar bara för värdar med många hundra avsnitt. Inte rekommenderat för nybörjare.

REKOMMENDATION · HYBRIDMODELLEN

Skriv inledning och avslutning ord för ord. Använd punktlista för mitten. Då blir det skarpt där det måste vara skarpt och naturligt där samtalet ska andas.

BYGG AVSNITTET I AKTER

- | | | |
|-----------|---|-----------|
| 01 | Cold open | 10–30 S |
| | Den starkaste meningen, scenen eller frågan i hela avsnittet. Slänger lyssnaren rätt in i handlingen. | |
| 02 | Vinjett + välkommen | 15–60 S |
| | Ljudidentitet och vad det här avsnittet handlar om. | |
| 03 | Akt 1, 2, 3 | HUVUDDDEL |
| | Samtalet eller intervjun, gärna delat i tydliga avsnitt med tydliga övergångar. | |
| 04 | Avslutning | 60 S |
| | Det viktigaste lyssnaren ska ta med sig, en uppmaning, ett tack. | |

ÖVNING · SMÅGRUPPER · 15 MIN

**Pitcha ett
första avsnitt.**

· Vilken är cold open? Skriv den första meningen.

· Vilken är avslutningens huvudpunkt?

· Vilka är akterna 1, 2 och 3?

· Vem skulle vara gäst, om någon?

DEL 2 · D · SPELA IN – TEKNIK

Rummet är viktigare än mikrofonen.

TRE NIVÅER – VÄLJ UTIFRÅN VAD NI HAR

Nivå 0

GRATIS

Mobilen i fickan

Inbyggd mikrofon på en modern telefon, värden 10–15 cm bort, i ett mjukt rum. Funkar för en värd eller ett första avsnitt.

Nivå 1

~700–1500 KR

Dynamisk USB-mikrofon

Samson Q2U eller Audio-Technica ATR2100x. Plug-and-play, hörlursjack på mikrofonen.

Nivå 2

~2000–4000 KR

Flerkanalsinspelare

En Zoom PodTrak P4 eller liknande, plus 2–4 mikrofoner. Det ni vill ha om ni är fler än två.

TÄNK RUMMET

Bra rum: soffa, matta, gardiner, fyllda bokhyllor.

Dåliga rum: kök, badrum, mötesrum med glasväggar, klassrum.

Snabbfix: lägg en filt över inspelningsplatsen – eller spela in i en garderob full av kläder. Det låter knepigt men låter bra.

MIKROFONTEKNIK

Avstånd: en knuten näve (10–15 cm).

Vinkel: vrid mikrofonen 15–30° åt sidan så att munnen inte siktar rakt in.

Hörlurar: inte valfritt. Slutna hörlurar – öppna läcker ljud tillbaka in i mikrofonen.



Köp aldrig en kondensatormikrofon för ett otränat rum. Den hör allt – fläkten, kylskåpet, grannens sopbil. En dynamisk mikrofon (som Q2U) hör nästan bara den som pratar och är mer förlåtande.

DEL 2 · D · ATT LEDA ETT BRA SAMTAL

Skillnaden ligger i samtalet.

01

Öppna frågor

Inte "tycker du att det var bra?" utan "berätta hur det kändes". Stängda frågor får stängda svar.

02

Var tyst

Räkna till fem efter att gästen verkar ha pratat klart. De flesta vill fylla tystnaden – och det är då det intressanta kommer.

03

Följ det mest oväntade ordet

Om någon säger "jag blev förvånad", fråga inte vad hen tycker om reformen – fråga vad det var som förvånade.

PÅ DISTANS · DOUBLE-ENDER

Spela aldrig in själva videosamtalet.

Ljudet i Zoom eller Teams komprimeras hårt och småfel går aldrig att lyfta i efterhand. Använd **double-ender**: var och en spelar in sig själv lokalt på sin egen telefon eller dator. Riverside, Zencast och Adobe Podcast Studio gör detta automatiskt. Gratis: använd Zoom som talkback och låt var och en parallellinspela med Voice Memos eller Audacity. Synka med en gemensam handklapp i början.

ÖVNING · SPELA IN ETT FÖRSTA SEGMENT · 15 MIN

- Sätt upp er utrustning i rummet ni tänkt använda.
- Spela in 2 minuter där en person berättar något hen bryr sig om.
- Lyssna i hörlurar.
- Diskutera: var det rummet, mikrofonen, avståndet eller samtalet som drog ner?

DEL 2 · E · REDIGERING OCH LJUDNIVÅ

Klipp enkelt. Jämna ut. Klart.



TRE REKOMMENDERADE REDIGERINGSPROGRAM

Audacity

GRATIS · WIN/MAC/LINUX

Klassiker. Klipp, fade, brusreducering. Räcker för 95 % av nybörjarjobb.

GarageBand

GRATIS · MAC/IPAD/IPHONE

Flerspårsredigering med poddmallar – Apples eget verktyg.

Descript

FRÅN ~16 USD/MÅN

Redigera ljudet genom att redigera transkriptet, som ett Word-dokument.

TRE REDIGERINGSREGLER

- 01 Klipp på andetag**
inte i ord – då hör ingen klippet.
- 02 Lämna kvar pauser**
där folk tänker. Det låter mer äkta.
- 03 Var sparsam med musik**
En vinjett, en kort ljudmarkör (en sting) och en avslutning räcker. Mer än så kan bli tröttsamt.

HITTA RÄTT LJUDNIVÅ

-16 LUFS

Topp aldrig över -1 dB

Den enskilt största skillnaden mellan amatör och proffs är jämn ljudnivå. **Auphonic.com** – gratis 2 timmar i månaden, vilket räcker för en 25-minuterspodd i veckan. Ladda upp, välj -16 LUFS, ladda ner. Klart.

DEL 2 · E · MUSIK, VINJETT & BESKRIVNING

Spotify räcker inte.

Använd royaltyfritt.



Ett vanligt juridiskt misstag är att **använda musik utan tillstånd**. Det gäller även mycket korta musikinslag eller musik som bara hörs svagt i bakgrunden. Musik omfattas av två olika rättigheter, och ni behöver ha tillstånd för båda.

TRE KÄLLOR SOM TÄCKER DET MESTA

Pixabay Music

pixabay.com/music

Gratis, ingen attribution, fritt för kommersiell användning.

Incompetech

incompetech.com

Kevin MacLeods enorma bibliotek.
Gratis med kreditering.

Epidemic Sound

epidemicsound.com

Svensk tjänst från ~100 kr/mån.
Det branschen använder. Alltid säkert.

SKRIV AVSNITTSBESKRIVNINGEN SMART

Inled starkt – inte "i det här avsnittet pratar vi om". De första 100–150 tecknen syns i förhandsgranskningen.

Lista medverkande, källor och länkar. Extra viktigt för folkbildning där lyssnaren vill läsa vidare.

Lägg in tidsstämplar – (02:15) Vad är skyddsombudsrollen idag? – Spotify gör dem klickbara.

En tydlig uppmaning till slut – "prenumerera", "betygsätt", "skicka frågor". Välj en, inte fem.

DEL 2 · E · VAR OCH HUR PUBLICERAR MAN?

Värdtjänsten skapar RSS-flödet.

Ni publicerar inte direkt på Spotify eller Apple Podcasts. Ni laddar upp avsnittet en gång till en värdtjänst, som lagrar ljudfilen och skapar ett RSS-flöde – ett digitalt skyltfönster som alla lyssnarappar läser av automatiskt.



TRE VÄRDTJÄNSTER SOM TÄCKER DET MESTA

Spotify for CreatorsGRATIS, OBEGRÄNSAT · TIDIGARE
ANCHOR

Enklaste vägen från "vi har spelat in" till publicerat. Distribuerar automatiskt till Spotify, kan kopplas vidare till Apple.

AcastFRÅN ~150 KR/MÅN · SVENSKT
FÖRETAG

Dominerar på svenska marknaden – många stora svenska poddar ligger här. Bra för längre satsning och annonsförsäljning senare.

Buzzsprout~200 KR/MÅN · ENGELSKT
GRÄNSSNITT

Det mest pedagogiska gränssnittet om ni är många som ska lära er, med bra statistik och inbyggd transkribering.

VÄRDA ATT KÄNNA TILL

Podbean (etablerat, gratisplan med begränsningar) och **Transistor** (smidigt om en organisation vill ha flera poddar samlade i samma konto).

DEL 2 · E · LYSSNARPLATTFORMAR

Där lyssnaren faktiskt hittar er.

Spotify

6 av 10

SVENSKA PODDLYSSNARE

Dominerar lyssnarmarknaden – särskilt bland yngre. Enklast om ni hostar via Spotify for Creators.

Apple Podcasts

Index

FÖR MÅNGA MINDRE APPAR

Fortfarande viktigt – starkast bland äldre och iPhone-användare. Pocket Casts, Overcast och Castbox bygger sina kataloger på detta. Anmäl via Apple Podcasts Connect.

YouTube

15–25

ÅR · STARK TILLVÄXT

På snabb uppgång – globalt över Apple Podcasts som näst största plattform. Många laddar upp en parallell video – stillbild plus ljud räcker långt.

SPECIALFALL

Podme

Svensk premium-tjänst (Schibsted-ägd). Inte en distributionsplattform – plattformen bjuder in poddar med tillräckligt stort underlag. För folkbildningspodd inte aktuellt som publiceringskanal.

SPECIALFALL

SoundCloud

En av poddandets största plattformar i mitten av 2010-talet – har förlorat sin position och är inte längre en huvudkanal. Fungerar för att bädda in på hemsida eller dela klipp i sociala medier.

TRE PRAKTISKA KOM-IHÅG

Cover art 3000×3000 px, läsbar redan som tumnagel (60×60). Hög kontrast, max tre ord text.

Märk språket "sv" – avgörande för att hamna i svenska rekommendationer.

Anmäl till aggregatorer – Poddtoppen, Podtail, Poddindex. Gratis, gör er sökbara.

DEL 2 · E · SKA NI FILMA PODDEN OCKSÅ?

Allt fler poddar filmas också.

1 mrd+

MÅNATLIGA PODDTITTARE PÅ YOUTUBE
2025

YouTube har globalt gått om både Spotify och Apple Podcasts som världens största poddplattform. I Sverige följer trenden med viss eftersläpning men den är tydlig.

Tankesmedjan Katalys gör "Starta pressarna", "AVGÅ ALLA" och "Suhonen möter" parallellt som video på YouTube.

FYRA REALISTISKA NIVÅER – VÄLJ RÄTT FÖR ER

01**Stillbilden**

Ljudfil + en stillbild (poddslag eller porträtt). Ni finns på plattformen, sökbart.

02**En kamera**

Modern mobil i stativ med vidvinkel som fångar alla värdar runt bordet.

03**Två-tre kameror**

En per person, plus översikt. Klipp i efterhand. Kräver en producent.

04**Studio**

Hyrd plats med flera kameror, ljussättning och ljudtekniker. Stora producenter.

TRE PRAKTISKA TIPS OM NI FILMAR

Ljus är viktigare än kamera. Sitt mot ett fönster, eller skaffa ett par USB-lampor (~300 kr/st).

Kläder utan tunga mönster. Smårutor och tunna ränder skapar moiré-effekt.

Spegel-test. Fem sekunder framför spegeln rätar ut hälften av problemen.

DEL 2 · E · BYGG LYSSNARRELATION

Lojalitet skapas i det som händer mellan avsnitt.

01 Frågestund i Instagram-stories

"Vad vill ni att vi tar upp i nästa avsnitt?" Tre minuter, ofta de bästa frågorna ni hade kunnat formulera själva.

02 Avsnittsröstning

När ni har två tänkbara teman – låt lyssnarna rösta. Skapar engagemang och berättar vad publiken vill höra.

03 Lyssnarmedverkan i avsnittet

Spela upp inkomna ljudmeddelanden – som korta frågor vårdarna kan reagera på. Be om 30-sekunders röstmemos via WhatsApp eller mejl.

04 Kommentarer i Spotify & YouTube

Spotify har kommentarsfält per avsnitt sedan 2024. Svara på minst de första tio under första veckan.

05 Nyhetsbrev knutet till podden

Substack, MailerLite eller Mailchimp i gratisversion – bygger en kanal ni äger, till skillnad från algoritmstyrda flöden.

06 Lyssnarträff – fysisk eller digital

En gång per termin: livesänt avsnitt, digital frågestund, eller en after work. Ovärderligt för er egen energi.

Allmänna uppmaningar att "betygsätta podden" fungerar sällan om de inte kopplas till något konkret. Konkretisera alltid: vad exakt vill ni att lyssnaren ska göra, och varför just nu?

DEL 3

Källtillit,

källkritik, etik.

När någon ser ABF:s, fackets eller en annan medlemsorganisations namn över en podd, lånar ni er av organisationens trovärdighet. Det är ett förtroende – och det förvaltas avsnitt för avsnitt.

SAMTYCKE – INNAN, UNDER OCH EFTER

Före inspelningen

Förklara vilken podd det är, vilken organisation som står bakom, var den publiceras (Spotify, Apple, hemsida) och hur länge den ligger ute.

I början av inspelningen

"Jag spelar in det här samtalet för podden ____ från ABF Väst. Det är okej att vi använder det. Du kan alltid be oss klippa något."

Vid känsliga ämnen

Använd skriftlig samtyckesblankett (se sidan 29). Vid minderåriga: alltid skriftligt samtycke från vårdnadshavare.

Före publicering

Överväg att låta gästen lyssna igenom det klippta avsnittet. Inte ett krav – men bygger förtroende och gäster du kan komma tillbaka till.

DEL 3 · KÄLLKRITIK & FAKTAKOLL

Lyssnaren får inga fotnoter.

TRE TUMREGLER FÖR FAKTAKOLL

- 01 Två oberoende källor**
på allt utom det självklara. TT och DN som båda citerar samma rapport är fortfarande en källa.
- 02 Sök upp primärkällan**
när det går – lagen själv, beslutet själv, rapporten själv. Inte kommentaren.
- 03 Anteckna källor per avsnitt**
Om någon ifrågasätter er om ett halvår ska ni kunna säga var ni hämtade siffran.

TRE FORMER ATT SKILJA PÅ

Desinformation

Medvetet falsk – i syfte att skada eller vilseleda.

Missinformation

Felaktig – sprids av misstag, utan avsikt.

Malinformation

Sann – men används i ett skadligt sammanhang.

YTTERLIGHETSMEDIA

I Sverige finns ett antal medier på den högerextrema kanten som regelbundet använder alla tre teknikerna ovan. Det är inte er uppgift att bemöta varje vridning, men ni bör veta att en del lyssnare har sett samma fråga genom dessa filter. Samma sak gäller såklart för den vänsterextrema kanten.

ÖVNING · HELGRUPP · 10 MIN

Vilka tre "kom-ihåg-regler" vill ni ha kring samtycke, källor och etik i er podd? Skriv ner dem så att de följer med varje inspelning.

DEL 3 · ATT KRITERISERA & GDPR

Schysst – och juridiskt säkert.

TRE REGLER NI KLARAR ER LÅNGT PÅ

01

Belägg vad ni påstår

Påstå inget om en namngiven person ni inte kan belägga.

02

Skilj fakta från åsikt

Säg gärna "som jag ser det" när det är åsikt – inte fakta.

03

Rätt att svara

Erbjud alltid den kritiserade möjligheten att svara. Ring eller mejla med rimlig tid (några dagar).

GDPR OCH INSPELNINGAR

En röstinspelning är personuppgifter när den identifierar en person. För podd som behandlar samhällsfrågor finns en bred undantagsregel ("journalistiska ändamål") som ger er stor frihet. Praktiskt:

Spara råinspelningar säkert

Lösenordsskyddat, krypterad molntjänst.

Gallringsrutin

Råmaterial behöver inte sparas i årtal.

Begränsa tillgång

Endast några i gruppen har tillgång till råmaterialet.

Minderåriga

Alltid skriftligt samtycke från vårdnadshavare. Anpassad förklaring till barnet.

FÖR FÖRDJUPNING

ABF har studiematerialet *"Vem i hela världen kan man lita på?"* och *"Argumentera mera"* som behandlar källkritik, källtillit och desinformation – med praktiska övningar och faktakontrollverktyg. En naturlig fortsättning för en cirkel som vill gå djupare.

DEL 4 · HANDLINGSPLAN

Från "vi borde..." till "vi gör så här".

1. VAR STÅR VI IDAG?

- Har vi redan provat att spela in ett samtal? Vad blev det av det?
- Vilka kanaler använder vi för att nå medlemmar idag?
- Vad funkar bra? Vad saknas?

2. BESTÄM IDÉ OCH FORMAT

VÅR PODD I TIO ORD:

FORMAT (SOLO/SAMTAL/INTERVJU/DOKUMENTÄR):

VÄRDAR:

TÄNKT AVSNITTSLÄNGD:

PUBLICERINGSTAKT:

3. ROLLER OCH ANSVAR

Värd(ar)

Håller i samtalet, förbereder frågor, är rösten utåt.

Producent

Planerar, bokar gäster, skriver beskrivningar, publicerar.

Klippare/teknik

Ansvarar för inspelning, klippning, ljudnivå, vinjett.

Bestäm också: vem godkänner avsnittet före publicering? (Studieombudsman, klubbordförande, eller gemensam genomlysning.)

REALISTISK TAKT

Varannan vecka

Tillräckligt ofta för att appen ska visa er, sällsynt nog för att inte bränna ut värdarna.

DEL 4 · STARTTEMPO & UTVÄRDERING

Lansera tre avsnitt på en gång.

Det vanligaste misstaget är att lansera ett avsnitt i taget. Producera tre avsnitt innan ni publicerar – då har lyssnaren något att gå vidare till och appen registrerar er som aktiv kanal. Hör av er till alla i medlemsregistret samma dag som ni publicerar, eller gå ut i god tid med ett nyhetsbrev till fackklubben, ABF-avdelningen och föreningen. Och lägg omsorg på hur ni presenterar podden i sociala medier.

KONKRETA NÄSTA SEX VECKOR

Vecka 1	Bestäm idé, format, värdar, publiceringstakt.
Vecka 2	Skaffa eller låna utrustning. Testa att spela in 5 minuter.
Vecka 3	Spela in pilotavsnitt 1.
Vecka 4	Spela in pilotavsnitt 2.
Vecka 5	Spela in pilotavsnitt 3, registrera värdtjänst, bygg cover art.
Vecka 6	Publicera tre avsnitt på samma dag, mejla medlemmar.

HUR SKA NI UTVÄRDERA?

30+

Lyssnare per avsnitt efter 6 mån – bättre än 50 % av nya poddar globalt.

100+

Lyssnare per avsnitt = top 25 % av poddar.

*Antal medlemmar som hört av sig. Antal samtal som börjat med "hörde du senaste avsnittet?".
Antal nya medlemmar via podden.*

50–70 procent av alla nya poddar slutar publicera inom åtta avsnitt. Att fortsätta är i sig en framgång.

SAMTYCKESBLANKETT · LJUDINSPELNING OCH PODD

Samtycke

Ijudinspelning och podd.

ORGANISATION

KONTAKTPERSON

TELEFON / E-POST

NAMN PÅ PODDEN

SYFTE MED INSPELNINGEN

Materialet kan komma att användas i:

- podd-avsnitt på Spotify, Apple Podcasts och andra ljudplattformar
- inbäddade spelare på vår webbplats och i nyhetsbrev
- kortklipp för sociala medier (audiogram med textning)
- studiecirkelar, utbildningar och föreläsningar

DITT SAMTYCKE · SÄTT KRYSS I DET SOM GÄLLER

- ☐ Ja, jag samtycker till att organisationen får spela in mig och publicera materialet enligt ovan.
- ☐ Ja, men jag vill lyssna igenom det klippta avsnittet och kunna be om ändringar innan publicering.
- ☐ Ja, men endast med pseudonym eller anonymiserad röst (förändrad tonhöjd).
- ☐ Nej, jag samtycker inte till publicering där jag går att känna igen.

UPPGIFTER OCH UNDERSKRIFT

NAMN (TEXTAT)

FÖDELSEÅR (FRIVILLIGT)

TELEFON / E-POST

ORT OCH DATUM

UNDERSKRIFT

Det är frivilligt att lämna samtycke. Du kan när som helst återkalla ditt samtycke utan att ange orsak (kontakta personen ovan). Råinspelningar lagras säkert och raderas senast efter ____ månader om inte annat avtalats. Vid minderårig krävs vårdnadshavares underskrift.

TIPS FÖR CIRKELLEDAREN

Att leda en podd-cirkel är verkstad.



01 · RÅD

Skapa trygghet kring mikrofonen

Mikrofonen kan göra ovana deltagare nervösa. Lägg de första 5 minuterna på att alla får säga något – och påminn om att allt går att lösa i redigeringen.

02 · RÅD

Bevaka talutrymmet

I podd märks det direkt om en eller två röster dominerar. Som ledare: påminn om att alla får ta plats, testa att ge tysta deltagare första ordet, men kom ihåg att det alltid är okej att säga "pass" inom folkbildningen.

03 · RÅD

Öva på tystnaden

Vänta och räkna till fem efter ett svar. Ofta fortsätter den som intervjuas att prata – och det är då de mest intressanta svaren kan komma. När deltagarna får prova tekniken i cirkeln blir det lättare att använda den vid inspelningen.

04 · RÅD

Avsluta varje träff med ett konkret nästa steg

Inte "vi ses nästa gång", utan "till nästa gång – alla skriver en cold open på 30 sekunder". Då blir cirkeln verkstad.

FÖRSLAG PÅ CIRKELFLÖDE (FÖR EN STUDIEPLAN) · 4 TRÄFFAR

Från idé till publicerad podd

01

Träff 1

Presentationsrunda +
Del 2 A & B

02

Träff 2

Del 2 C & D – manus,
akter, teknik

03

Träff 3

Del 2 E – klipp, musik,
publicering

04

Träff 4

Del 3 + 4 – etik,
samtycke, handlingsplan

ORDLISTA & VIDARE LÄSNING

Att slå upp, läsa vidare.

ORDLISTA

Aggregator

Sajt som listar och rankar poddar, t.ex. Poddtoppen, Podtail, Poddindex.

Avsnittsbeskrivning

Texten som lyssnaren ser när de väljer om de ska trycka play.

Cold open

De första 10–30 sekunderna av ett avsnitt – den starkaste meningen som drar in lyssnaren.

Cover art

Poddens omslagsbild – 3000×3000 px, måste fungera även som tumnagel.

Desinformation

Medvetet falsk information som sprids för att skada eller påverka.

Double-ender

När varje deltagare spelar in sig själv lokalt – för bättre ljud vid distans.

Dynamisk mikrofon

Mikrofon som tål otränade rum bättre än kondensatormikrofon.

Hosting

Värdtjänst som lagrar ljudfilen och skapar RSS-flödet.

LUFS

Mätenhet för upplevd ljudnivå. Mål: –16 LUFS i snitt över avsnittet.

Malinformation

Information som är sann men används i ett skadligt sammanhang.

Missinformation

Felaktig information som sprids av misstag.

Plosivor

Hårda konsonantljud (p, b, k) som blir explosioner om man står för nära mic.

Pop-filter

Skärm framför mikrofonen som dämpar plosivor.

RSS-flöde

Digitalt skyltfönster som lyssnarappar läser av – basen i all poddistribution.

STIM

Svensk upphovsrättsorganisation som hanterar kompositionsrättigheter.

Vinjett

Kort musik/ljudidentitet i början (och ofta slutet) av ett avsnitt.

VIDARE LÄSNING

ANDRA ABF-MATERIAL

Vem i hela världen kan man lita på?

Källkritik och desinformation i bredd

Argumentera mera

Demokratisk motståndskraft och retorik

Det saknade steget

Folkbildning i digitala flöden

VERKTYG & TJÄNSTER

Auphonic.com

Automatisk ljudnivåjustering – gratis 2 tim/månad

Pixabay Music

Royaltyfri musik utan attributionskrav

Riverside / Zencast

Inspelning på distans med double-ender

Podda tillsammans

– från idé till publicering

OM STUDIEMATERIALET/HANDLEDNINGEN

Podda tillsammans – från idé till publicering är en praktisk studiehandledning för föreningar, fackklubbar, studiecirklar och organisationer som vill börja använda podd som verktyg för samtal, folkbildning och kommunikation.

Materialet guidar gruppen genom hela processen: från den första idén till färdigt avsnitt, med övningar, samtalsfrågor, handlingsplan och samtyckesblankett.

Särskilt fokus ligger på poddens demokratiska möjligheter – och på ansvaret som följer med att publicera röster: källtillit, källkritik, etik och GDPR.

Du behöver inte vara journalist, ljudtekniker eller medieproffs för att göra en podd som är värd att lyssna på. Det räcker att ni har något att säga, någon ni vill nå – och viljan att lära tillsammans.

” Utan folkbildning tystnar Sverige ”