



---

Förvaltningsrådets berättelse  
till riksdagen om Rundradions  
verksamhet

2017

---



---

I enlighet med 6 § i lagen om Rundradions verksamhet lämnar bolagets förvaltningsråd en berättelse till riksdagen om hur Yles allmännyttiga verksamhet har genomförts.

---

# Ett år av evenemang och aktiviteter

## FÖRVALTNINGSRÅDETS ORDFÖRANDE



Den moderna tekniken har medfört stora förändringar också på det globala medie-fältet. Uppfinningar och funktioner som man inte ens kunde drömma om några generationer tillbaka är i dag tillgängliga och hör till vardagen för allt fler av oss. Medan en del av de otaliga innovationerna inte är mer än dagsländor bidrar många av dem till utvecklingen och förändringen.

Många har säkert märkt att få unga vuxna nuförtiden har ett "husaltare", det vill säga en konventionell tv-apparat. Medieanvändningen förändras och blir allt mer mångsidig. De traditionella medierna är i omvälvning och framtiden för public service debatteras såväl här hemma som i Europa och över hela världen.

Det finns också stora skillnader i vilken skala verksamheten bedrivs: Kostnaderna för en programserie producerad av en global mediejätte kan vara större än Yles årsbudget. Vikten av mediekom-

petens betonas också i den föränderliga omvärlden där olika alternativa medier och fejknyheter är en del av verkligheten idag.

Den reviderade Ylelagen började gälla i somras. Till förvaltningsrådets nya uppgifter hör att fastställa Yles strategi, vilket förvaltningsrådet gjorde på sitt sammanträde i oktober. Yles styrelse, förvaltningsrådet och ledningen hade förberett sig inför ändringen bland annat med två strategiseminarier. De var interaktiva sammankomster som bar frukt.

Inom förvaltningsrådet råder en djup förståelse för att den strategi som rådet slagit fast inte ska ta ställning till programpolitiska riktlinjer eller journalistiska avgöranden.

Enligt den reviderade Ylelagen ska bolaget dessutom genom sin verksamhet "främja yttrandefriheten, högklassig journalistik och mångfald inom medierna". Detta är inget högrävanande ideal utan snarare ett praktiskt rättesnöre för alla på



Yle. Vi bidrar till detta genom att arbeta hårt varje dag, kämpa, ställa oss i hetluften och utveckla vår yrkeskompetens.

Verksamhetsåret präglades av händelser både utanför och inom Yle. Förnyelsen av tv-kanalerna genomfördes och Yle Fem och Yle Teema började sända på samma kanalplats. Yles oberoende debatterades livligt. Genom Yle kunde vi alla ta del av skid-VM i Lahtis, firandet av Finland 100, kommunalvalet, president Mauno Koivistos jordfästning och mycket annat. Allt detta tack vare Yles kunniga och kompetenta personal.

Ett public service-bolag måste absolut leva med sin tid och förändringarna på mediefältet. Det är förnuftigt att Yle riktar in resurser på nytt innehåll och webb-

tjänster. Likaså är det viktigt att identifiera vad som är föråldrat. Arbetssätten och arbetsmiljöerna ändras och förändras också med tiden.

Vi finländare har lov att kalla Yle för vår allmänna egendom. Vi får säga det med sund stolthet i rösten och luta oss tillbaka på minnen och upplevelser. Enligt Yles strategi ska bolaget stödja det finländska samhället och den finländska kulturen samt bygga sina värderingar på oberoende, trovärdighet och respekt för människan. Så har det varit under verksamhetsåret och så är det även i framtiden!

*Helsingfors den 3 april 2018 på Rundradion  
Ab:s förvaltningsråds vägnar*

**Kimmo Kivelä**  
ordförande

# Sammandrag

---

Yles public service-utbud i radio och tv minskade något jämfört med året innan. Yle satsade på att utveckla tjänster för mobil- och webbplattformar och ökade utbudet på Yle Arenan.

Yle nådde hösten 2017 ut till 76 procent av finländarna varje dag. Veckoräckvidden låg oförändrad på 93 procent. Veckoräckvidden för Yles tv-kanaler och radio backade något, medan veckoräckvidden på webben ökade.

Genom att utveckla utbudet och tjänsterna lyckades Yle bättre nå ut också till åldersgrupperna under 45 år. Intresset för Yles utbud och tjänster ökade i alla åldersgrupper under 60 år.

Yle TV1 var fortfarande den mest tittade tv-kanalen och Yle Radio Suomi den mest lyssnade radiokanalen 2017. Yle Arenan utsågs i en mätning av Taloustutkimus för femte gången i rad till Finlands mest uppskattade nätvarumärke.

Finländarna värdesätter Yles public service och anser att den är betydelsefull för samhället. Yles betydelse för samhället får betyget 8 på skalan 1–10. Finländarna gav betyget 6,8 för Yles betydelse för den egna medieanvändningen, vilket var något sämre än året innan.

Finländarna har fortfarande ett starkt förtroende för Yle. Enligt undersökningen "Hur värdefullt är Yle för finländarna" har 80 procent av svarspersonerna myc-

ket stort eller ganska stort förtroende för Yle. Endast fyra procent ansåg det motsatta. Majoriteten av finländarna anser också att Yle har lyckats bra i sitt public service-uppdrag.

Till de största satsningarna under året hörde kommunalvalet på våren samt det omfattande utbudet i radio, tv och på webben i anslutning till jubileumsåret Finland 100. Den finskspråkiga nyhets- och aktualitetsverksamheten omorganiserades och en ny chefredaktör tillträdde i november.

Tv-kanalerna genomgick en omstrukturering när utbudet i Yle Teema och Yle Fem samlades på en gemensam kanalplats. Till de viktigaste utvecklingsprojekten de närmaste åren hör förnyelsen av den regionala verksamheten, ungdomstjänsterna och radioverksamheten.

Arbetet med att öppna upp Yles dramaarkiv tog stora kliv framåt. Genom Yles och upphovsrättsorganisationernas avtal från 2016 kunde hundratals gamla tv- och radio-dramaprogram göras tillgängliga på Yle Arenan där de fick stor popularitet.

Yle gjorde betydande insatser för att förbättra tillgängligheten av innehåll och tjänster. En större andel av direkta tv-sändningar hade textning, och Yle ökade utbudet av syntolkning för personer med nedsatt syn samt av program på

finskt teckenspråk för bland annat barn.

Yle har också ökat inköpen av externa program och inlett nya samarbetsprojekt med kommersiella medier i enlighet med riktlinjer som lades fram av en parlamentarisk arbetsgrupp och fastställdes i den nya Ylelagen.

Den reviderade lagen om Rundradion började gälla i juli och medförde vissa preciseringar i Yles uppdrag, bland annat skyldigheten att främja yttrandefriheten, högklassig journalistik och mångfald inom medierna.

I enlighet med den nya lagen godkände förvaltningsrådet i oktober Yles nya strategi med riktlinjer för de närmaste åren. Yle kommer att i sitt utbud satsa speciellt på att stärka gemenskap och interaktion samt på innehållets och tjänsternas tillgänglighet. Ungefär en femtedel av resurserna ska läggas på nytt med fokus på till exempel unga och webbutveckling.

Förvaltningsrådet genomförde på våren en förhandsprövning av Yles webb-

plats för regionala nyheter och personifieringstjänster. Utifrån förhandsprövningen fanns det inga grunder för att begränsa dessa, och förvaltningsrådet beslutade således att godkänna att de fortsätter.

Yle höll ekonomin i balans. Räkenskapsperiodens vinst uppgick till 6,9 miljoner euro, jämfört med en förlust på 2,9 miljoner euro året innan. Yles intäkter uppgick till sammanlagt 475 miljoner euro, vilket var 1,8 miljoner euro mer än året innan. Yleskattens andel av de totala intäkterna var 97,2 procent, eller 461,8 miljoner euro. Eftersom inga indexjusteringar har gjorts är beloppet detsamma som under 2014–2016.

Personalstyrkan fortsatte att minska. Vad gäller månads- och timanställningarna gjordes 3 119 årsverken, vilket är 150 färre än året innan.

Yles public service-uppdrag och omvärld behandlas i kapitlen 1–4 och bolagets verksamhetsutveckling och ekonomi i kapitlen 5–6.

---

## KORT OM YLE – NYCKELTAL 2017

---

- 24 regionalredaktioner: 18 finsk-, fem svensk- och en samiskspråkig
- Nådde 76 procent av finländarna varje dag och 93 procent varje vecka (hösten 2017)
- 2 786 personer i tillsvidareanställning
- Kostnader och avskrivningar uppgick till 467,9 miljoner euro

### **Tv**

- 4 tv-kanaler på 3 kanalplatser
- 19 000 sändningstimmar
- 400 timmar regionalt utbud

### **Radio**

- 6 rikstäckande radiokanaler och 3 digitalradiotjänster
- 104 000 sändningstimmar
- 31 000 timmar regionalt utbud

### **Webb**

- Yle Arenan – 14 000 timmar videoutbud och 32 000 timmar audioutbud
  - yle.fi och svenska.yle.fi – 94 000 artiklar
-

# Innehåll

---

<b>YLES PUBLIC SERVICE-UPPDRAG OCH STRATEGI</b>	<b>11</b>
1.1 Rundradions uppdrag	
1.2 Yles strategiska riktlinjer och mål	
<b>2. FÖRÄNDRINGAR I OMVÄRLDEN</b>	<b>17</b>
2.1 Ändringar i regleringar som gäller Rundradion	
2.2 Kommunikationspolitik och reglering av kommunikationen	
2.3 Den kommersiella mediemarknaden	
2.4 Utveckling inom medieanvändning	
2.5 Utveckling inom medieteknik	
2.6 Utvecklingstrender i europeiska rundradiobolag	
<b>3. YLES INNEHÅLL OCH TJÄNSTER</b>	<b>25</b>
3.1 Yle i radio, tv och på webben	
3.2 Yles utbud enligt genre	
3.3 Tjänster på samiska	
3.4 Tjänster för specialgrupper och andra minoriteter	
3.5 Andaktsprogram	
3.6 Programutbud för utlandet	
3.7 Säkerhet, beredskap samt myndighetsinformation	
3.8 Inhemska produktionsbolags roll i Yles utbud	
<b>4. YLES VÄRDE FÖR FINLÄNDARNA</b>	<b>55</b>
4.1 Yle och public service-uppdraget	
4.2 Yles publik i tv, radio och på webben	
4.3 Uppföljning av publikrespons och interaktion med intressegrupper	

## 5. YLES VERKSAMHET: UTVECKLING OCH PRINCIPER

67

- 5.1 Utveckling av verksamheten
- 5.2 Partnerskap och samarbete med övriga medier
- 5.3 Samhällsansvar i Yles verksamhet
- 5.4 Oberoende och verksamhetsprinciper
- 5.5 Personalens utveckling

## 6. YLES FINANSIERING, KOSTNADSSTRUKTUR OCH FÖRVALTNING

75

- 6.1 Yles finansiering och intäkter
- 6.2 Utveckling av kostnadsstrukturen samt kostnader
- 6.3 Kostnaderna per innehållshelhet
- 6.4 Yles förvaltning och organisation

## BILAGOR

80

- Förvaltningsrådets och styrelsens beslut samt medlemmar 2017
- Sametingets utlåtande
- Medieförbundets utlåtande
- Professor Hannu Nieminens utlåtande

# YLES UPPDRAG

*Lag om Rundradion Ab,  
7 §, Allmännyttig verksamhet*

*Bolagets uppgift är att tillhandahålla ett mångsidigt och omfattande allmännyttigt televisions- och radioprogramutbud med tillhörande special- och tilläggstjänster för alla på lika villkor. Dessa och andra allmännyttiga innehållstjänster ska tillhandahållas i allmänna kommunikationsnät både riksomfattande och på landskapsnivå.*

## DEN PROGRAMVERKSAMHET SOM BEDRIVS I ALLMÄNNYTTIGT SYFTE SKA SÄRSKILT

- 1) stödja demokratin och enskildas möjlighet att påverka, genom att tillhandahålla ett mångsidigt utbud av fakta, åsikter och diskussioner samt en möjlighet till växelverkan;
- 2) producera, skapa, utveckla och bevara inhemska kultur, konst och stimulerande underhållning;
- 3) i programutbudet beakta synpunkter som har att göra med allmänbildning och jämställdhet, erbjuda en möjlighet till lärande och självutveckling, lägga vikt vid program avsedda för barn och ungdomar samt tillhandahålla andaktsprogram;
- 4) behandla den finskspråkiga och svenskspråkiga befolkningen på lika grunder i programverksamheten samt tillhandahålla tjänster på samiska, romani och teckenspråk och i tillämpliga delar även för andra språkgrupper i landet;
- 5) stödja bevarandet av det finländska kulturarvet, tolerans, jämlikhet, jämställdhet och kulturell mångfald samt sörja för programutbud även för minoriteter och specialgrupper;
- 6) främja växelverkan mellan olika kulturer och upprätthålla ett programutbud som riktar sig utomlands;
- 7) förmedla myndighetsmeddelanden som anges närmare genom förordning och ha beredskap för att sköta televisions- och radioverksamheten under undantagsförhållanden.

*7 a §, Samarbete*

*Bolaget ska genom sin verksamhet främja yttrandefriheten, högklassig journalistik och mångfald inom medierna.*

# Yles public service-uppdrag och strategi

1

- ▶ **Den nya Yle-lagen innebar preciseringar i Yles uppdrag och i förvaltningsrådets roll.**
- ▶ **En förhandsprövning gjordes av Yles regionala webbnyheter och personifiering av tjänster.**
- ▶ **Förvaltningsrådet antog Yles nya strategi för de närmaste åren.**

## 1.1 RUNDRADIONS UPPDRAG

Yles public service-uppdrag baserar sig på lagen om Rundradion (1993/1380). De senaste revideringarna i lagen trädde i kraft i juli 2017 (436/2017). Yles finansiering baserar sig på lagen om Yleskatt (484/2012), som också den reviderades genom lagändringar (817/2017).

Den programverksamhet som bedrivs som public service ska särskilt stödja demokratin och yttrandefriheten, stärka den nationella och regionala kulturen och i programutbudet även beakta specialgruppers och minoriteters behov.

Den som bedriver public service-rundradioverksamhet ska vara opåverkad av politiska, ekonomiska och andra intressegrupper, så att programutbudet ger en mångsidig bild av de olika rådande opinionerna och värderingarna i samhället.

Principerna för public service-rundradioverksamheten har definierats i Europeiska unionens fördrag. Enligt Amsterdamprotokollet (1997) har systemet för radio och tv i allmänhetens tjänst i medlemsstaterna ett direkt samband med de demokratiska, sociala och kulturella behoven i varje samhälle och med behovet att bevara mångfalden i medierna.

Den nya Ylelagen baserar sig på förslag som lämnades av en parlamentarisk

arbetsgrupp under ledning av riksdagsledamot Arto Satonen (Saml). Lagen preciserar Yles uppdrag och förvaltningsrådets roll.

Enligt den nya formuleringen ska Rundradion tillhandahålla allmännyttiga innehållstjänster i allmänna kommunikationsnät både riksomfattande och på landskapsnivå. Tidigare talade lagen inte om landskap utan om regioner. Formuleringen "stödja tolerans och kulturell mångfald" ändrades i punkt fem, och ordalydelsen kompletterades så att Yles uppgifter nu är "att stöda bevarandet av det finländska kulturarvet, tolerans, jämlikhet, jämställdhet och kulturell mångfald."

Dessutom fogades till lagen ett nytt uppdrag för Yle, nämligen att bolaget genom sin verksamhet ska främja yttrandefriheten, högklassig journalistik och mångfald inom medierna (7 a §).

Strategin godkänns enligt den nya lagen av Yles förvaltningsråd. Tidigare ankom uppgiften på Yles styrelse. Genom ändringen har riksdagen och förvaltningsrådet ett starkare mandat att övervaka att Yle uppfyller sitt lagstadgade uppdrag.

Ändringarna i regleringen av Yle och de övriga medierna beskrivs närmare i avsnitt 2.1.

1.1

## 1.2 1.2 YLES STRATEGISKA RIKTLINJER OCH MÅL

Yle inledde beredningen av en ny strategi i slutet av 2016. Förvaltningsrådet och styrelsen arbetade fram strategin under seminarier och workshopar under våren 2017.

Förvaltningsrådet hörde för första gången experter under strategiprocessen och inhämtade synpunkter av bland annat andra aktörer och organisationer inom branschen. Avsikten var att ge intressegrupper möjlighet att framföra sina synpunkter om Yles strategi innan den slogs fast.

Förvaltningsrådet antog Yles nya strategi på styrelsens förslag den 24 oktober 2017. Strategin anger de allmänna riktlinjerna för verksamheten och förvaltningsrådet tar inte ställning till Yles utbud och journalistiska linje. Strategin utgör också underlaget för styrelsens beslut om Yles utbud och de viktigaste reformprogrammen de närmaste åren.

De närmaste åren kommer Yle att i sitt utbud satsa speciellt på att stärka delaktighet och interaktion samt på innehållets och tjänsternas kvalitet och tillgänglighet. Dessutom lyfter Yle i strategin upp modig och smidig förnyelse, kompetensutveckling, effektivitet och ansvarskännande

verksamhet. Enligt sin nya vision vill Yle vara det mest betydelsefulla mediet för finländarna.

Yle kommer de närmaste åren att överföra 15–20 procent av sina resurser till specifika fokusområden, som bland annat utbud för unga och unga vuxna samt utvecklingen på webben. Yle fortsätter utveckla innehållets och tjänsternas användarvänlighet och tillgänglighet.

Åren 2018–2020 kommer Yle att öka inköpen av inhemskt innehåll och inhemska tjänster med cirka 30 procent, vilket är i linje med både den parlamentariska arbetsgruppens rekommendationer och den nya Yle-lagen. Största delen av det köpta innehållet utgörs av drama och fakta. Yle kommer också att köpa mer produktionstjänster än tidigare.

Stora utvecklingsprojekt kommer att vara förnyelsen av den regionala verksamheten, ungdomstjänsterna och radioverksamheten. Yle fortsätter att bygga upp en webbtjänst för direktsändningar på Yle Arenan bland annat för att kunna erbjuda ett större utbud av sportsändningar.

Dessutom satsar Yle ännu mer än tidigare på mångsidigare dataanvändning i planeringen och publiceringen av innehåll och tjänster för att bättre kunna tillgodose olika användargrupperns behov.





# MISSION

Yle stärker det finländska samhället  
och den finländska kulturen.

# VISION

Yle är det mest betydelsefulla mediet för finländarna  
och en modig förnyare i branschen.

# VÄRDERINGAR

Yles värderingar är oberoende, trovärdighet  
och respekt för människan.

# STRATEGI

Yle stärker gemenskapen genom att lyssna, engagera och  
förena olika människor.

Yle producerar högklassigt innehåll och tjänster samt gör  
dem lättillgängliga.

Yle förnyar sig modigt för att kunna fungera smidigt vid  
förändringar.

Yle försäkrar oss om att ha relevant kompetens och bra  
samarbetsnätverk.

Yle fungerar smidigt, effektivt och ansvarsfullt.

## ***Förhandsprövning av den regionala nyhetstjänsten på webben och personifieringen***

Förvaltningsrådet fattade i februari 2017 beslut om förhandsprövning enligt 6 a § i Rundradiolagen avseende Yles webbplats för regionala nyheter och personifieringstjänster. Förhandsprövningen gjordes på begäran av Medieförbundet (tidigare Mediernas Centralförbund) som representerar de kommersiella medieföretagen.

Förhandsprövningen bereddes av experter i förvaltningsrådet, advokat Ilkka Aalto-Setälä från Advokatbyrå Borenius Ab med avseende på marknadspåverkan och av professor Hannu Nieminen med avseende på de samhälleliga effekterna. Under prövningen inhämtades utlåtanden från konkurrenter inom branschen, kunder, intresseorganisationer, Konkurrens- och konsumentverket och Kommunikationsverket.

Som underlag för förhandsprövningen användes också två akademiska studier, nämligen en utredning om personifiering av webbtjänster i olika europeiska länder utarbetad vid Forskningsinstitutet för kommunikation (CRC) vid Helsingfors universitet och en utredning av de europeiska rundradiobolagens regionala webbnyheters marknadspåverkan, utarbetad vid forskningsinstitutet COMET vid Tammerfors universitet.

Enligt förhandsprövningen och utredningarna stöder Yles regionala nyhetstjänst på webben och personifiering av bolagets innehållstjänster Yles public service-uppdrag och medför inga betydande negativa effekter på marknaden. Det fanns inga grunder för att begränsa det textbaserade regionala nyhetsutbudet, och förvaltningsrådet beslutade således att godkänna att det fortsätter.

I beslutet skrevs in att Yle bör länka till andra medier i sina webbnyheter. Förvaltningsrådet yrkade på att Yle ska främja länkning bland annat genom att utarbeta principer för detta.

Medieförbundet meddelade i juni att det hade bett EU-kommissionen utreda om den offentliga finansieringen av Yles textbaserade medieinnehåll de facto strider mot EU-reglerna om statligt stöd. Enligt Yles bedömning kan kommissionens utredning ta flera år.

## ***Framtidsutsikter för public service***

Yle har starka band till sin publik, vilket ger bolaget goda förutsättningar för utveckling av verksamheten. För att Yle ska kunna stärka interaktionen med publiken är ett högklassigt innehåll och personliga tjänster viktiga. Det starka förtroendet för Yle grundar sig på utbudets kvalitet och en oberoende journalistik.

Yle har en viktig uppgift att förstärka bildningen och den inhemska kulturen. Bolaget har också en central roll inom digitaliseringen av den finländska medievärlden och som arbetsgivare inom den kreativa branschen. Yle ska också tillgodose behovet av tillgängligt innehåll och tjänster för olika befolkningsgrupper. Betydelsen av en mångsidig medievärld är ytterst viktig ur yttrandefrihets- och demokratisk synvinkel. Den förstärks ytterligare i en tid av internationell instabilitet samt fejknyheter och desinformation.

I den globala konkurrensen tvingas Yle göra allt mer arbete för att säkerställa att innehållet är synligt och lätt att hitta. Utmaningen ligger i att profilera det inhemska innehållet i det enorma utbudet. För att kunna profilera sig måste Yle ha ett relevant och intressant innehåll som är lätt tillgängligt.

De internationella storföretagen har ett enormt utbud, massor med data om användarna och dessutom algoritmer som utnyttjar dessa data. Ur de nationella aktörernas perspektiv och speciellt med tanke på public service är det viktigt att data ska användas på ett transparent sätt. Öppenhet i användandet av data är en förutsättning för att användarna ska lita på tjänsterna och känna sig trygga med dem.

Yle vill visa vägen för nytt kunnande inom mediebranschen, bland annat i fråga om utnyttjande av smarta data, artificiell intelligens och smidiga arbets-sätt.

Precis som senaste år beslutade förvaltningsrådet att begära två externa utlåtanden för berättelsen till riksdagen,

av vilka det ena an knyter till Yles speci-aluppgifter inom public service. Profes-sor Hannu Nieminen från Helsingfors universitet har granskat Yles public ser-vice-utbud speciellt för unga och Medie-förbundet har granskat samarbetet med de kommersiella medierna. Utlåtandena finns som bilaga till denna berättelse.

## YLES BASTJÄNSTER







- ▶ **390 000 låginkomsttagare behöver inte längre betala Yleskatt.**
- ▶ **Den nya portabilitetsförordningen ger finländarna bättre tillgång till Yle Arenan inom EU.**
- ▶ **Medieanvändningen blir allt mer diversifierad och antalet smarta enheter i hushållen ökar.**

## 2.1 ÄNDRINGAR I REGLERINGAR SOM GÄLLER RUNDRADION

De förslag till ändringar i Ylelagen som gavs av en parlamentarisk arbetsgrupp under ledning av Arto Satonen trädde i kraft 15 juli 2017. Lagens konsekvenser för Yles public service-uppdrag beskrivs i avsnitt 1.1 ovan.

I enlighet med arbetsgruppens förslag gjordes ingen indexjustering enligt 3 § i lagen om statens televisions- och radiofond i bolagets finansiering för 2017 och 2018. Yles finansiering har varit oförändrad åren 2014–2018.

Rundradions finansiering flyttades i april 2017 utanför budgetramarna för statsfinanserna. Det här innebär att Yles finansiering inte längre ingår i regeringens beslut om den årliga budgetramen, som styr utvecklingen av statens totala utgifter. Förändringen understryker riksdagens roll som beslutande organ när det gäller Yles uppdrag och finansiering.

En parlamentarisk Yleskatt-arbetsgrupp under ledning av riksdagsledamot Kaj Turunen föreslog i juni 2017 en ändring av lagen om rundradioskatt så att cirka 400 000 låginkomsttagare skulle befrias från Yleskatten. Arbetsgruppen föreslog också att Rundradions finansiering för 2019 ska fastställas enligt den ursprungliga ordalydelsen i 3 § i lagen om statens televisions- och radiofond, med

andra ord ska bolagets finansiering justeras enligt index 2019.

Riksdagen godkände ändringen i lagen om rundradioskatt i november 2017 och lagändringen trädde i kraft från och med 2018. Ändringen innebar att maximibeloppet för Yleskatten höjdes från 143 euro till 163 euro.

Genom ändringen befriades cirka 390 000 låginkomsttagare från Yleskatten. Numera ska personer vars löneinkomster är 14 750 euro eller högre per år betala skatten. Tidigare låg tröskeln för löneinkomsternas del på 11 044 euro. För pensions- och dagpenningens del höjdes betalningströskeln från 10 294 euro till 14 000 euro.

## 2.2 KOMMUNIKATIONSPOLITIK OCH REGLERING AV KOMMUNIKATIONEN

EU-förordningen om gränsöverskridande portabilitet för digitala tjänster inom EU gäller sedan juli 2017. Portabilitet innebär att EU-ländernas invånare kan ta del av onlinetjänster som de har tillgång till i hemlandet även vid tillfällig vistelse utomlands. Förordningen börjar tillämpas i april 2018.

Betaltjänster för strömmat innehåll, som C More och Netflix, ska erbjuda sina tjänster även när kunderna vistas tillfäll-

## 2.1

## 2.2

## 2.3

ligt i ett annat EU-land. Leverantörerna av gratistjänster, däribland Yle, får själva bestämma om de vill erbjuda portabilitet. Yle har fattat beslut om att öppna Yle Arenan för finländska användare inom EU under 2018.

I många länder diskuteras för tillfället riskerna med att politisk påverkan och fejknyheter sprids i sociala medier. Det har lyft fram frågan om en reglering behövs. I EU och många medlemsstater förbereds begränsningar av det skadliga innehållet i sociala medier. I Tyskland antogs en ny lag mot hatretorik i sociala medier. Lagen började gälla i början av 2018. Sociala medier kan dömas till fler miljoner euro i böter om de inte tar bort innehåll som strider mot lagen. Den så

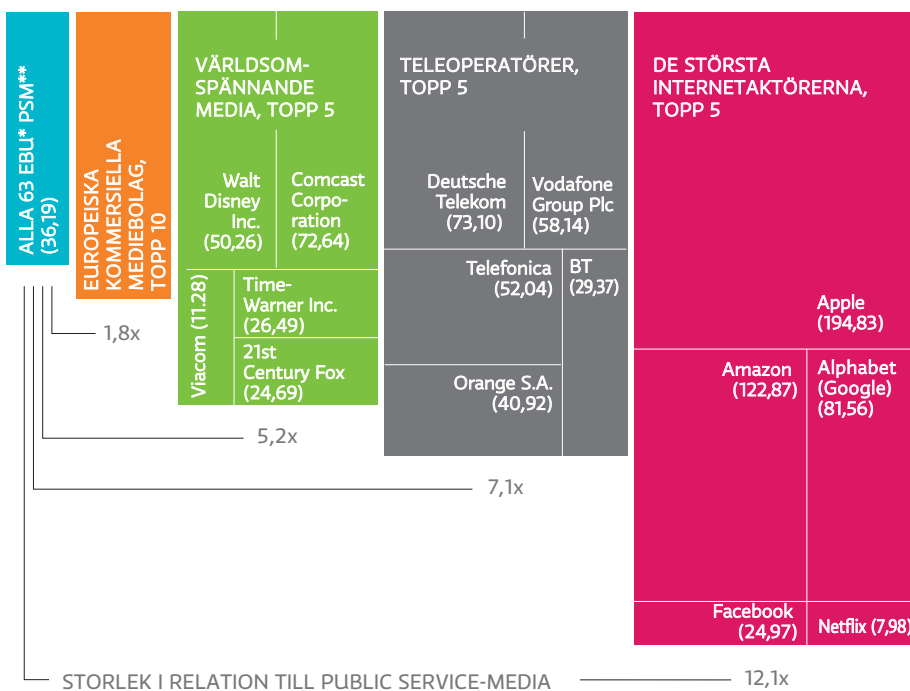
kallade Facebooklagen gäller alla sociala medier.

Inga framsteg har gjorts i EU:s regleringsberedning beträffande mervärdesskatten för digitala tidningar och övriga digitala medier under 2017. Finlands regering har meddelat att den sänker mervärdesskatten för digitala tidningar efter ett EU-beslut i frågan.

## 2.3 DEN KOMMERSIELLA MEDIEMARKNADEN

Utsikterna för mediebranschen är bättre i dag än för några år sedan. Massmediemarknadens värde har i flera år uppvisat en sjunkande trend som nu verkar

### OMSÄTTNINGEN FÖR CENTRALA MEDIEAKTÖRE OCH EN JÄMFÖRELSE MED PUBLIC SERVICE-BOLAG 2016, MILJARDER EURO



\*) European Broadcasting Union, Europeiska radio- och TV-unionen, 64 medlemsbolag

\*\*) Public service-media

Källa: EBU, baserar sig på medlemsbolagens och övriga bolags bokslut

ha vänt. Enligt Medieförbundets uppskattning i slutet av 2017 låg den totala omsättningen ungefär på samma nivå som året innan.

Volymen av mediereklam 2017 var i stort sett densamma som föregående år. Reklammarknaden uppgick till totalt 1 217 miljoner euro. Andelen webb- och utomhusreklam ökade, medan reklam i tidningar och tv backade.

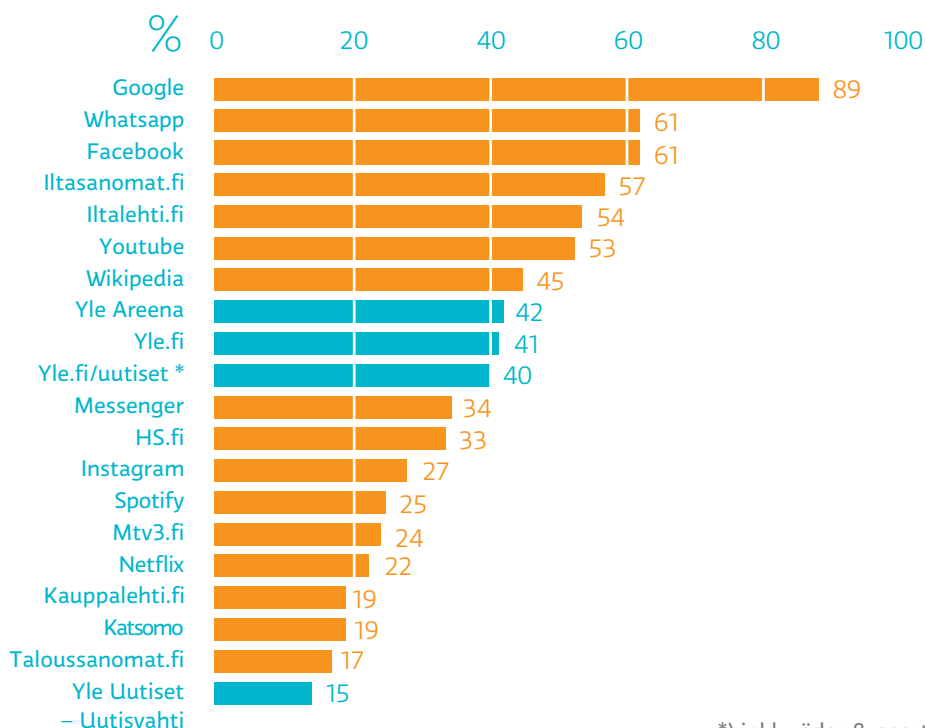
Var tredje euro som användes på mediereklam var vikt för webbrecklam, där de globala jättarna dominerar också i Finland. Även här stod Google och Facebook för 49 procent av försäljningen av webbrecklam 2017.

Facebook lyckades bäst med att öka sin reklamförsäljning under året, medan

Googles marknadsandel minskade. De två globala jättarnas sammanlagda reklamförsäljning på 181,5 miljoner euro stod för 15 procent av den totala reklamförsäljningen i Finland.

Radio- och tv-sektorns omsättning ökade under tredje kvartalet med 3,8 procent jämfört med året innan. Ökningen var ett resultat av växande annonsförsäljning i den reklamfinansierade radion.

## WEBBTJÄNSTERNAS VECKORÄCKVIDD TOPP-20 HÖSTEN 2017



\*) inkl. väder & sport  
Webbtjänster som ingick i undersökningen  
15+ -befolkningen

Källa: Kanalimageundersökningen/Taloustutkimus; Smart data och kundinsikt, Yle

## 2.4

### 2.4 UTVECKLINGEN INOM MEDIEANVÄNDNING

Den ökande populariteten hos olika digitala tjänster har fått finländarna att ändra sina sätt att konsumera medier. Den snabbaste förändringen ses hos unga som konsumerar allt mer på webben. Äldre generationer trivs med traditionella medieformer, som tidningar, radio och tv.

Första halvåret 2017 använde sig finländarna av medier i nästan åtta timmar varje dag. Mediedagens längd ökade med 20 minuter jämfört med året innan.

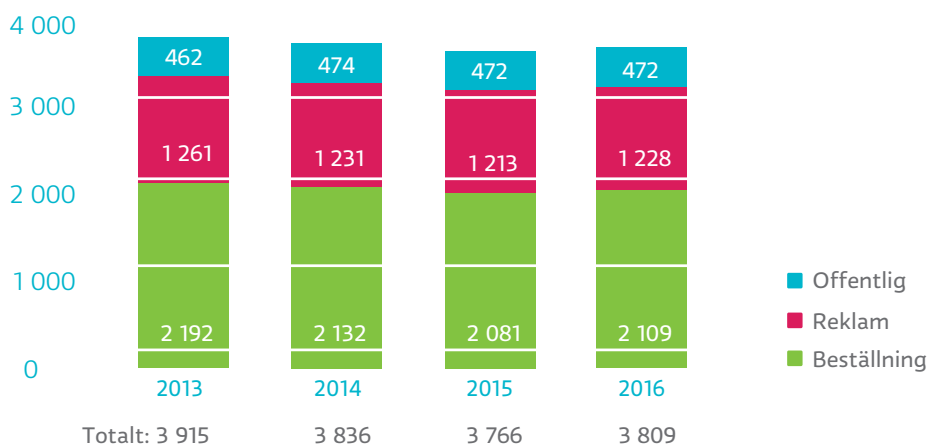
Finländarna använder allt mer videotjänster, sociala medier och betaltjänster för direkt- och videoströmning. Användningen av inhemska webb-tv-tjänster ökade med 19 procent jämfört med året innan (2016).

Finländarna använder mest de stora globala webbtjänsternas – som Google och Facebook – och de inhemska kvällstidningarnas webbplatser. Användningen av Facebook ökade något 2017, medan kvällstidningarna backade något.

Användningen av Youtube och snabbmeddelandetjänsten Whatsapp fortsatte att öka. De största webbvideotjänsterna fortsatte också att växa jämfört med 2016, speciellt Yle Arenan och MTV:s Katsomo, men även Netflix och Nelonens Ruutu. Även Spotify fortsatte att växa.

Ett tecken på diversifieringen av medieanvändningen i Finland är att webbmedierna inte har ersatt de traditionella medierna, utan existerar parallellt med dem. Enligt rapporten Reuters Institute Digital News Report är de traditionella nyhetsmediernas webbplatser mer populära i Finland än i

### MEDIERNAS FINANSIERING I FINLAND 2013–2016, MILJ. EURO



Källa: Statistikcentralen, Joukkoviestintätilasto, 2017



## 2.5 UTVECKLING INOM MEDIETEKNIK

andra länder. Av de finländska användarna av webbnyheter tar 84 procent också del av nyheter i de traditionella medierna, medan 88 procent av användarna av traditionella medier också följer nyheter i webbmedierna.

År 2017 tittade finländarna på tv i genomsnitt 2 timmar 48 minuter per dag, vilket är något mindre än året innan. Radiolyssnandet minskade också något och uppgick till i genomsnitt 2 timmar och 56 minuter om dagen, vilket var en minskning med fem minuter jämfört med året innan.

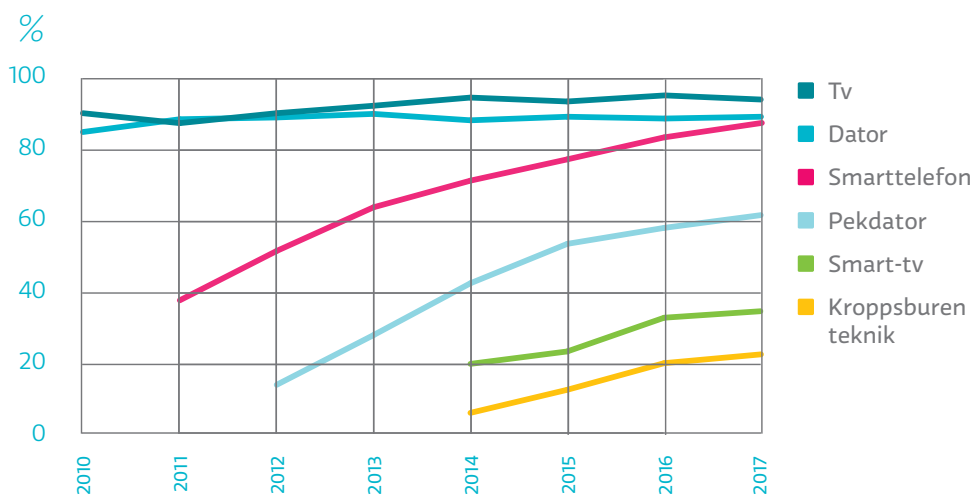
Smarta enheter blir allt vanligare i de finländska hushållen. År 2017 fanns det en smart-tv i vart tredje hushåll med personer i åldern 15–74 år, det vill säga 36 procent hade en smart-tv. En dator finns i 90 procent av hushållen, en smarttelefon i 89 procent och en surfplatta i 62 procent.

Utvecklingen inom medieteknik fokuserar på datainsamling och dataanalys samt på att förbättra den individuella användarupplevelsen i webbtjänster med hjälp av rekommendationer och personifiering. Under 2017 fick också artificiell intelligens och maskininläring en mer framträdande roll.

Det etablerade tv-tittandet och radiolyssnandet har bidragit till att broadcastnäten fortfarande är de viktigaste distributionsnäten. Den ökande konsumtionen av tjänster på olika plattformar lyfter fram betydelsen av olika distributionsnät för medborgarnas medieanvändning.

Till de medietekniker som var mycket på tapeten 2017 hör förstärkt verklighet (augmented reality, AR) och det

### APPARATERNAS FÖREKOMST I HUSHÅLLEN 2010–2017



15–74-åringar  
Källa: Statistikcentralen



## REGLERING AV KOMMUNIKATIONEN

- EU-förordningen om portabilitet säkerställer att EU-ländernas invånare kan ta del av onlinetjänster som finns i hemlandet även då de tillfälligt vistas utomlands.
- Många länder inför bestämmelser om att begränsa skadligt innehåll i sociala medier.

## DEN KOMMERSIELLA MEDIEMARKNADEN

- Minskningen av massmediemarknadens värde verkar plana ut.
- Webbreklamens andel av mediereklamen fortsätter att öka.



## MEDIEANVÄNDNING

- Finländarna använder allt mer videotjänster, sociala medier och betaltjänster för direkt- och videoströmning.
- Vart tredje hushåll har redan en smart-tv.



## MEDIETEKNIK

- Datainsamling och dataanalys samt rekommendationer och personifiering är avgörande faktorer för framgång.
- Utvecklingen av tjänster bygger allt mer på artificiell intelligens och maskininlärning.



nya fenomenet chatbot, det vill säga data- och dialogrobotar som tillhandahåller nyhetsjournalistik och olika tjänsteinnehåll via meddelandetjänster.

## 2.6 UTVECKLINGSTRENDER I EUROPEISKA RUNDRADIOBOLAG

Public service-rundradioverksamheten, dess roll i samhället och finansiering är föremål för debatt på många olika håll i Europa. Debatten har varit livlig speciellt i Sverige, Danmark och Norge, där man överväger alternativa finansieringsmodeller som ska ersätta radio- och tv-avgiften.

I Sverige har en parlamentarisk kommitté föreslagit för regeringen att de tre public service-bolagen SVT, SR och UR ska finansieras med en public service-avgift som liknar Yleskatten i Finland. Den finska skattemodellen diskuteras också i Norge och Danmark.

I denna kontext diskuteras också frågan om public service-rundradioverksamhetens oberoende. I Sverige har man diskuterat möjligheten att skriva in oberoendet i grundlagen. Detta grundar sig på skattemotståndarnas oro för att skattefinansieringen årligen upptas i statsbudgeten och eventuellt blir föremål för politiskt köpslående.

Även i Storbritannien var BBC:s oberoende mycket på tapeten under beredningen av bolagets nya sändningstillstånd. De största förändringarna i sändningstillståndet, som reglerar bolagets verk-

samhet och trädde i kraft våren 2017, gäller tillsynen över bolaget.

Tillsynen övertogs av den brittiska kommunikations- och mediemyndigheten Ofcom som övervakar hela kommunikations- och mediesektorn i landet, inklusive konkurrensreglerna. BBC Trust lades ner, och giltighetstiden för Royal Charter förlängdes till elva år. Genom förlängningen ville man stärka bolagets oberoende genom att se till att nästa koncession inte kommer att behandlas samtidigt med val.

På många olika håll i Europa står rundradioverksamheten under tryck. I många EU-länder yrkar kommersiella medier och speciellt tidningsbolag på begränsningar av rundradiobolagens nyhetsutbud på webben.

EU har flera gånger uttryckt sin oro över det ökade politiska trycket och begränsningarna av de oberoende mediernas verksamhetsmöjligheter i Polen och Ungern. Begränsningar av yttrandefriheten och arresteringar av journalister i Turkiet har väckt internationell uppmärksamhet.

---

### KÄLLOR

---

- EBU
- Finnpanel
- IAB Finland
- Kantar TNS
- Medieförbundet
- Reuters Institute
- Taloustutkimus
- Statistikcentralen
- Omvärldsrapporter, Yle



# Yles innehåll och tjänster 3

- ▶ **Yle förnyade tv-kanalstrukturen och ökade utbudet på Yle Arenan.**
- ▶ **Yle har utvecklat sina webbtjänster vilket har lockat ny publik till public service-innehållet.**
- ▶ **Yle gjorde flera hundra dramaprogram från sitt arkiv allmänt tillgängliga.**

## 3.1 YLE I RADIO, TV OCH PÅ WEBBEN

Radio och tv har behållit sin viktiga roll i finländarnas vardag. Däremot blir medieanvändningen allt mer diversifierad och mer fokuserad på webben, vilket också avspeglas i Yles utbud.

Yle har ökat sitt utbud av **webbtjänster** (som till exempel på Yle Arenan) vars popularitet ökade kraftigt under året. Genom att utveckla innehållet och tjänsterna har Yle bättre än tidigare lyckats nå de strategiskt viktiga åldersgrupperna under 45 år speciellt på webben.

Yle har sett över kanalstrukturen i **tv** och tagit fram nya berättandeformer och utgivningssätt såväl i radio och tv som på webben. Flermedialt tänkande är därför allt viktigare i planeringen av Yles innehåll och utgivning.

Inom ramen för den omstrukturering som slogs fast 2016 har Yle sedan april 2017 tre broadcastkanaler i tv genom att utbudet i Yle Teema och Yle Fem sänds på en gemensam kanalplats. Detta har ökat samarbetet mellan alla kanaler i fråga om innehållet och minskat såväl

överlappningar i planeringen och utbudet som antalet repressändningar.

Som en del av totalreformen uppdaterade Yle också varumärkena för tv-kanalerna och Yle Arenan samt programutbudets struktur. Ett mål med uppdateringen var att göra arbetsfördelningen mellan tv-kanalerna, Yle Arenan och de nya ungdomsmedierna tydligare.

Yle fortsätter de närmaste åren att sända **radio** i fyra FM-kanaler på finska och två FM-kanaler på svenska. Yles radiokanaler lockar fortfarande över 2,6 miljoner lyssnare, samtidigt som mobil lyssnande med smarttelefoner har ökat kraftigt.

Yle har startat projektet Radio2020 för att se över helheten av radiokanaler och utbudet i dem. Arbetet med att förnya Yle Radio Suomis musikprofil inleddes hösten 2017 och fortsätter under 2018. Den finskspråkiga kanalen för pratrado, Yle Puhe, som riktar sig till målgruppen 30–40-åringar, lägger noggrant och övervägt till musik från och med februari 2018. Även den svenskspråkiga ungdomskanalen Yle X3M förnyades under 2017.

Yle koncentrerade allt audiolyssnande – både direkt och inspelningar – till Yle Arenan och lade ner de separata radioapparna. Den nya mobilappen för Yle Arenan lyfte audiolyssnandet och lyssnarna lockades speciellt till audioinne-

## 3.1



Arto Nyberg intervjuar människorna bakom aktuella fenomen i sitt program på Yle TV1 varje vecka.

Bild: Pasi Rytkönen/Yle Bildtjänst



håll som gjorts som podcast, till exempel *Radio Sodoma* och radiodrama ur arkiven.

Yle fortsatte att satsa på att utveckla de [mobila tjänsterna och webbtjänsterna](#), förbättra användarupplevelsen och göra utbudet och tjänsterna mer lättillgängliga. Bättre sökfunktioner och individualiserade rekommendationer på Yle Arenan ska göra det lättare för användarna att ta till sig innehåll.

Yle lade upp en strategi och plan för användning av externa plattformar. Enligt strategin ska Yle dra nytta av synergier mellan egna och externa plattformar på ett ändamålsenligt sätt för att nå ut till olika publikgrupper. Samtidigt ska Yle se till att användarna hittar de plattformar som bolaget erbjuder. Yle kommer att vara aktiv på färre konton på sociala medier och istället fokusera mer på närvaron och interaktionen med publiken.

Yle använder sig allt mer av dataanalyser vid utvecklingen och utgivningen av innehåll. På så sätt kan bola-

get erbjuda användarna ett bättre public service-innehåll på ett mer flexibelt sätt och i olika situationer.

Yle satsar på individualisering av tjänsterna och innehållet bland annat genom [Yle Profil](#) (från och med 19.3.2018 [Yle-konto](#)) där användarna kan titta och lyssna på ett personanpassat utbud. Vid utgången av 2017 fanns det 750 000 registrerade Yle Profiler, med andra ord är det en bit kvar till målet på en miljon registrerade användare.

Under 2018 kommer Yle att fortsätta arbeta för mer inloggad användning speciellt på Yle Arenan, yle.fi, svenska.yle.fi och nyhets- och aktualitetsverksamhetens tjänster. Samtidigt fortsätter förberedelserna inför kraven i EU:s nya dataskyddsförordning som träder i kraft våren 2018.

### *Friare tillgång till arkiven*

Arbetet med att öppna upp Yles dramaarkiv tog stora kliv framåt. Avtalet som Yle och upphovsrättsorganisationerna ingick 2016 utökade utbudet av arkiv-



Yle koncentrerade sig på att utveckla webb- och mobiltjänsterna både vad gäller användarupplevelsen och tillgängligheten. En ny förstasida, yle.fi, togs i bruk i juni och smarttelefonappen Yle.fi introducerades i november. Förstasidan erbjuder såväl nyheter och sport som underhållning.

Bild: Juha Kiiskinen/Yle

---

## YLES KANALER OCH TJÄNSTER

---

Yle ger ut program- och tjänsteutbud i sex riksomfattande FM-radiokanaler, som digitalradio samt i fyra tv-kanaler och på webben.

### YLES TV-KANALER

- Yle TV1 – kanalen för nyheter, aktualiteter och fakta
- Yle TV2 – kanalen för sport och underhållning, speciellt för barn, unga och familjer
- Yle Teema – kanalen för kultur, historia och vetenskap
- Yle Fem – ett brett utbud för finlandssvenskar samt för personer med intresse för svenskt och nordiskt utbud
- Yles tv-kanaler finns också tillgängliga som HD

### YLES RADIOKANALER OCH -TJÄNSTER

- Yle Radio 1 – kanalen för kultur och klassisk musik på finska
- Yle Radio Suomi – kanalen för nyheter, aktualiteter och regionala program på finska
- YleX – kanalen för populärkultur på finska
- Yle Puhe – kanalen för talprogram och även sportevenemang på finska
- Yle Vega – kanalen för nyheter, sport, regionalt, kultur och aktualitetsprogram på svenska
- Yle X3M – ungdomskanalen på svenska
- Yle Mondo – flerspråkig digital radiosändning i tv-distributionsnätet
- Yle Klassinen – klassisk musik utan avbrott
- Yle Sámi Radio – radiokanal på tre samiska språk

### YLES WEBBTJÄNSTER

- Yle Arenan – radio- och tv-program som inspelningar, förhandsvisningar, podcaster samt strömning (direktuppspelning) av Yles radio- och tv-kanaler
- Yle.fi – webbtjänst för gemensamma innehåll på finska. Aktiverande och engagerade tjänster för barn. Innehåll i Yle Oppiminen för både undervisning och självstudier
- Svenska.yle.fi – motsvarande webbtjänst på svenska, BUU-klubbens barnwebb samt material för lärande ingår också
- Yle teksti-tv/Yle text-tv – nyheter, sport och programtablå
- Yle Sápmi – innehåll på tre samiska språk

program på Yle Arenan. På Yle Arenan lades 760 tv-dramaprogram och 560 radiodramaprogram ut under rubriken *Toivotut (Önskat)*.

Med friare tillgång till arkivprogram flerfaldigades utbudet av gamla tv-serier och radioprogram på Yle Arenan. Publiken serverades ett brett utbud av innehåll och olika slags temapaketer – från Matti Ijäs till *Familjen Rintamäki (Rintamäkeläiset)*. Publikfavoriter bland de gamla hörspelelen på finska var bland annat *Sinuhe egyptiläinen (Sinuhe egyptiern)* av Mika Waltari.

Genom avtalet kommer praktiskt taget alla radio- och tv-dramer som Yle producerat att läggas ut på Yle Arenan under

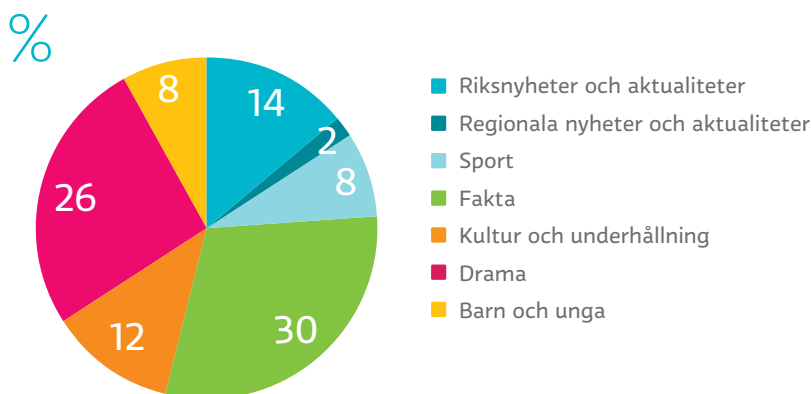
2017–2022. Avtalets värde uppgår till flera miljoner euro och till avtalsparterna hör nio artistförbund och organisationer.

### Nytt finskt medieinnehåll för ungdomar

Yle inledde arbetet med att bygga upp ett nytt finskspråkigt ungdomsmedium som bättre ska nå ut till 15–29-åringar. De finska ungdomsmedierna – musikmediet YleX och Yle Kioski – slog ihop sina krafter i juni.

Yle Kioski och YleX erbjuder ungdomar public service-innehåll på ett sätt som är anpassat till hur ungdomar använder medier. Innehållet omfattar

## INNEHÅLLENS ANDEL AV PROGRAMTIMMARNÄ I TV 2017, TOTALT 18 328 TIMMAR



### TV-SÄNDNINGAR 2017 OCH FÖRÄNDRING FRÅN 2016

- *Programtimmar: 18 328 timmar (-737 timmar). Av dessa är 7 020 timmar förstasändningar (-727 timmar). Siffertalet omfattar markbundna sändningar, exklusive HD-sändningar.*
- *Samtliga programtimmar: 18 688 timmar (-735 timmar). Siffertalet omfattar också parallella regionalsändningar 398 timmar.*
- *Inhemskt förstasändningar: 4 772 timmar (-738 timmar). Siffertalet omfattar också sportprogram som grundar sig på internationella signaler, vilka åtminstone innehåller referat eller en studiodel.*
- *Andelen inhemskt innehåll: 52 % (-2 procentenheter)*
- *Andelen europeiskt innehåll: 86 % (ingen förändring)*
- *Yle Fem: 2 425 timmar (-144 timmar). Av dessa är 1 445 timmar förstasändningar (+83 timmar).*



nyheter och aktualiteter, ett allmänbildande och utvecklande innehåll samt musik och populärkultur. Det nya finska mediet för unga har också mycket samarbete med den svenskspråkiga ungdomskanalen Yle X3M.

Genom förändringen stärker Yle utbudet för målgruppen unga – både på Yles plattformar och i sociala medier – samt skapar nytt innehåll i samarbete med ungdomarna.

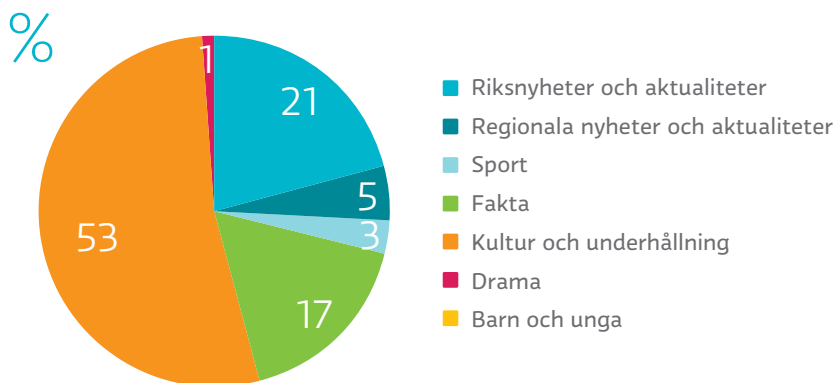
Yle Kioski bjuder på nyheter och aktualiteter samtidigt som dess utbud breddas till nya områden, som spel, mat och lifestyle. Fokus ligger på bland annat kortvideor och direktsändningar som publiceras i sociala medier och på

Yle Arenan. Målet är att Yle Kioski ska vara det mest betydelsefulla mediet för unga vuxna 2020.

År 2017 deltog Yle Kioski i Yles stora innehållsprojekt, bland annat självständighetsbalen och valgalleriet inför presidentvalet. Ett team från redaktionen samarbetade också för första gången med Yles finska sportredaktion i samband med OS i Sydkorea 2018, eftersom sportevenemang är ett betydande sätt att nå ungdomar.

YleX har som mål att skapa ett modernt musikmedium med högklassigt utbud före år 2020. Utöver radio producerar redaktionen också innehåll för bland annat en Youtube-kanal och andra

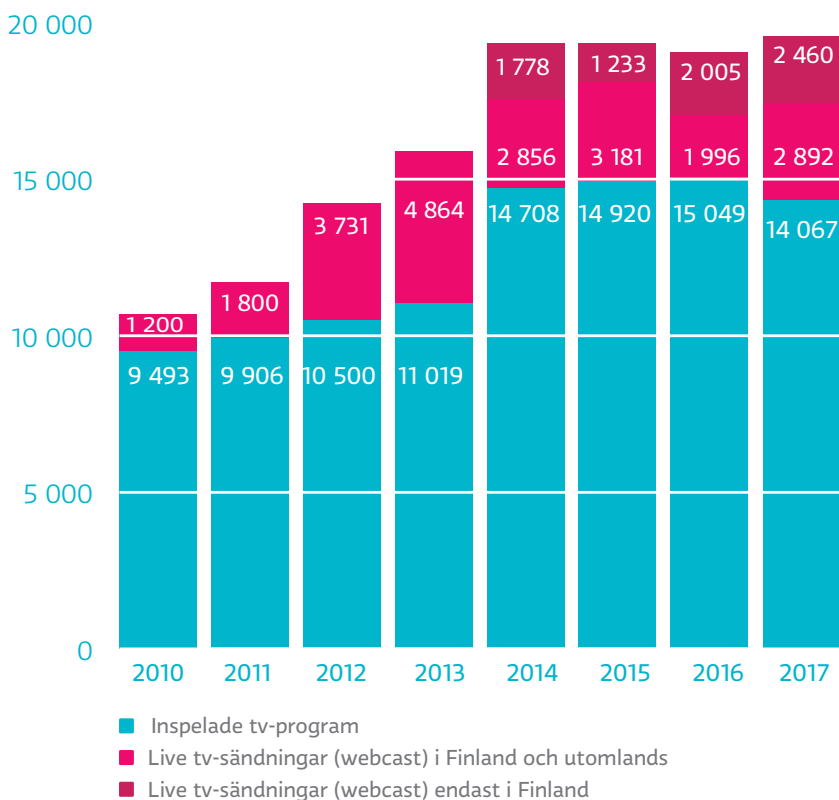
## INNEHÅLLENS ANDEL AV PROGRAMTIMMARNAS I RADIO 2017, TOTALT 46 696 TIMMAR



## RADIOSÄNDNINGAR 2017 OCH FÖRÄNDRING FRÅN 2016

- Sändningstid: 103 945 timmar (-3 032 timmar). Siffertalet omfattar alla sändningar, inklusive program som lånats från Yles andra radiokanaler.
- Programtimmar: 92 498 timmar (-2 825 timmar). Siffertalet omfattar inte program som lånats från andra radiokanaler.
- Svenska Yles programtimmar: 18 146 timmar (+15 timmar).
- Riksomfattande programtimmar: 44 489 timmar (-185 timmar), av vilka 82 procent var förstasändningar (-3 procentenheter).
- Regionala programtimmar: 31 103 timmar (-2 964 timmar), av vilka 3 953 timmar (+293 timmar) var svenskspråkiga. I de riksomfattande sändningarna ingick regionala innehåll i större utsträckning än tidigare.
- Yle Mondos programtimmar: 8 760 timmar (-24 timmar).
- Andelen musik i det riksomfattande utbudet: 47 % (+1 procentenhet).

## ANTAL TIMMAR FÖR INSPELADE TV-PROGRAM OCH DIREKTSÄNDNINGAR PÅ YLE ARENAN 2010–2017



sociala medier. Samtidigt vill man höja profilen för det finska ungdomsmediet och styra ungdomarna till Yles tjänster. YleX börjar också publicera nya musikprogram på Yle Arenan och lyfter fram unga artister och nya förmågor.

### *Debatt om Yles oberoende och förändringar i organisationen*

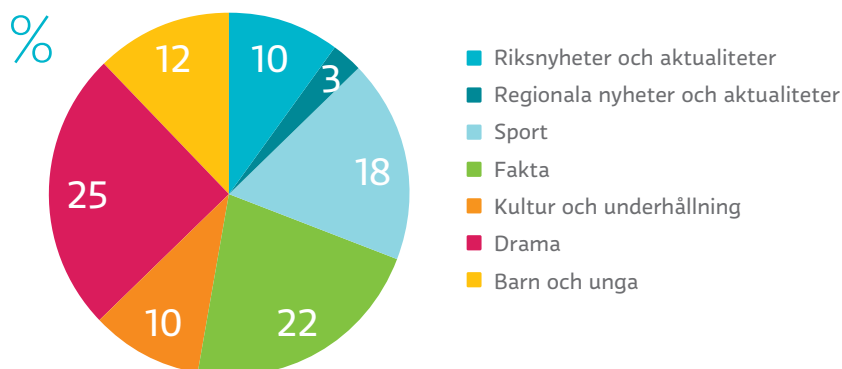
Debatten om nyhetsbevakningen av statsministern och om Yles oberoende tog fart i slutet av 2016 och fortsatte livlig efter årsskiftet. I februari 2017 beslutade bolagets styrelse och de ansvariga redaktörerna att låta göra en extern utredning.

Kvalitetsrevisionen utfördes av Olli Mäenpää, professor i förvaltningsrätt vid Helsingfors universitet, som fick omfattande insyn i Yles programverksamhet, inklusive publicerings- och programbesluten. I sin rapport av den 15 maj 2017 ansåg professor Mäenpää att Yle bör förbättra det journalistiska ledarskapet och beslutsfattandet, även om de i huvudsak fungerar på ett ändamålsenligt sätt.

I mars 2017 fällde Opinionsnämnden för massmedier (ONM) Yle i ett ärende gällande nyhetsbevakningen av statsministern. Rösterna föll 6–6 och ordförandens röst blev avgörande.

I maj bad Yles styrelse verkställande direktören Lauri Kivinen lägga fram för-

## VIDEOR PÅ YLE ARENAN 2017, UPPDELADE ENLIGT GENRE, TOTALT 14 067 TIMMAR



### YLES WEBBINNEHÅLL 2017

- Yle Arenan, audio: 31 977 timmar
- Yle Arenan, video: 14 067 timmar (-982 timmar)
- Artiklar: 93 616 stycken (-23 867 st), inklusive 29 842 artiklar på svenska (-3 281 st)

### YLE ELÄVÄ ARKISTO – YLE ARKIVET 31.12.2017

- Video: 26 125 st, 4 528 timmar (2017: 1 275 st, 706 timmar)
- Audio: 7 128 st, 2 168 timmar (2017: 642 st, 325 timmar)
- Bakgrundsartiklar: 12 971 st (2017: 216 st)
- Arkivets webbradio: totalt 8 760 timmar arkivrepriser

slag till förbättring av organisationen och arbetskulturen i bolaget. En av de föreslagna åtgärderna var Journalistakademien, som Yle grundade 2017 för att utveckla den journalistiska utbildningen. Ansvarsfördelningen inom den finskspråkiga nyhets- och aktualitetsverksamheten hade setts över redan vid årsskiftet.

Chefredaktör Atte Jääskeläinen lämnade i slutet av maj sin post enligt överenskommelse mellan styrelsen och ledningen, med motiveringen att man ville trygga verksamhetsbetingelserna och arbetsron för Nyhets- och aktualitetsverksamheten. Styrelsen utsåg Svenska Yles direktör Marit af Björkesten till tf.

direktör och ansvarig redaktör från och med 1 juni. Efter en ansökningsomgång på hösten utnämnde styrelsen Jouko Jokinen till ny direktör för Nyhets- och aktualitetsverksamheten och ansvarig redaktör. Han tillträdde posten i november.

### 3.2 YLES UTBUDE ENLIGT GENRE

Yle har i enlighet med sin strategi satsat på kvalitet i stället för kvantitet i sitt utbud och detta avspeglas också i antalet sändningstimmar. Minskningen jämfört med året innan var 3–4 procent, vilket motsvarar en minskning på cirka 300 timmar i tv och 3 000 timmar i radio.

Proportionerna mellan genrerna var i stort sett oförändrade. Eftersom 2017 inte var ett OS-år minskade andelen sport något i både tv och radio. I tv ökade i gengäld andelarna för kultur och underhållning samt drama, och i radio ökade faktautbudet.

Grupperingen av genrerna ändrades 2017 så att nyheter och aktualiteter granskas som en helhet som är indelad i riksomfattande och regionala program. De övriga genrerna (sport, fakta, kultur och underhållning, drama samt barn och unga) påverkades inte.

### Nyhets- och aktualitetsverksamhet

Inom den finskspråkiga **nyhets- och aktualitetsverksamheten** fortsatte arbetet kring de journalistiska principerna som hade inletts året innan. Resultatet blev Yles journalistiska principer som för första gången skrevs ner i samarbete med medarbetarna.

Yles nyhets- och aktualitetsredaktioner har tagit fram fördjupande temahelheter som gett bakgrund om aktuella

fenomen i hemlandet och utomlands, som till exempel presidentvalet i Frankrike och förbundsdagsvalet i Tyskland. Efter terrordådet i Åbo i augusti trapade Yle upp sin beredskap för att kunna reagera på stora och plötsliga nyhetsändelser med ett nytt koncept för specialsändningar.

Yle bevakade kommunalvalet våren 2017 med både olika slags program inför valet och rapportering av resultaten. Yle utnyttjade för första gången artificiell intelligens vid rapportering av valresultatet, när den finskspråkiga nyhets- och aktualitetsverksamhetens robot Voitto skrev en resultatrapport om varje kommun i Finland.

President Mauno Koivistos bortgång och jordfästning var en händelse som berörde hela nationen på ett exceptionellt sätt våren 2017. Nyhets- och aktualitetsverksamhetens specialsändning från jordfästningen sågs av hundratusentals tittare i tv och på Yle Arenan. President Koivistos livsgärning fick också mycket plats på webben och i radio.

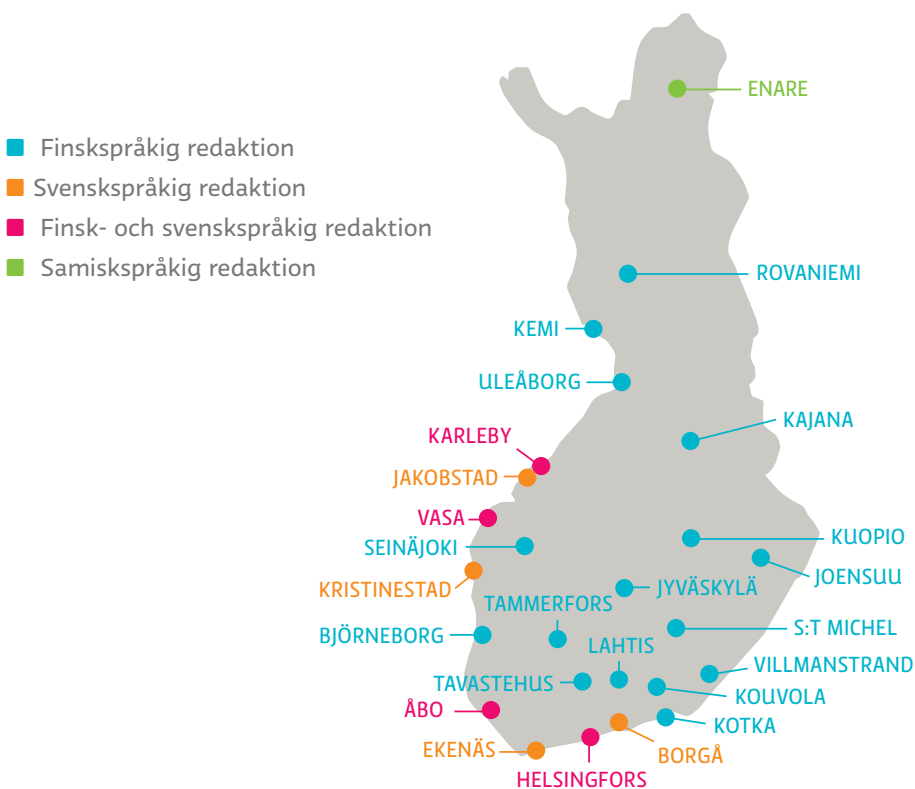
Till det journalistiska innehåll som väckte



Nyhets- och aktualitetsverksamheten stärkte sin internationella närvaro under 2017 och stationerade en andra finskspråkig korrespondent i Washington och en korrespondent på viss tid i Jerusalem. Aishi Zidan rapporterade från den gamla delen av staden i Mosul i juli 2017.

Bild: Ivar Heinmaa / Yle

## YLES REGIONALREDAKTIONER



## Yles korrespondenter i världen

- elva korrespondenter och tio assisterande frilansare
- Aten, Berlin, Bryssel, Buenos Aires, Istanbul, Jerusalem, London, Madrid, Manila, Moskva, Nairobi, New York, Paris, Peking, Sankt Petersburg, Stockholm och Washington

mest intresse hör också bevakningen av regeringskrisen under sommaren.

Under året satsade Yle på webbjournalistik och den nya förstasidan yle.fi samt på nyhetsapparna, vilket lockade ny publik till det journalistiska innehållet. Nyhets- och aktualitetsredaktionernas innehåll på webben hade i genomsnitt 1,2 miljoner besökare varje vecka, vilket är en ökning på sju procent jämfört med året innan.

Inom webbnyheter har Yle övergått till att följa upp användningstiden för webbinnehåll (i stället för antalet sidladdningar), vilket bättre avspeglar publikintresset och är en bättre kvali-

tetsindikator för public service. Användningstiden för webbinnehåll ökade med 48 procent under 2017. Webbinnehållet nådde ut till i genomsnitt 35 procent av under 45-åringarna, vilket var 10 procent mer än året innan.

Den finskspråkiga nyhets- och aktualitetsverksamheten ansvarar för ingångssidan yle.fi som öppnades i uppdaterad och förnyad form i juni. Vid utgången av året hade besökarantalet ökat med en femtedel. En helt ny smarttelefonapp, Yle.fi, lanserades i november och laddades ner hela 100 000 gånger under den första månaden. Användningen av den personifierade nyhetsappen Nyhets-

kollen fördubblades jämfört med året innan.

Ansvaret för de dagliga och veckovisa studiodebattprogrammen, som *Halv sju (Puoli seitsemän)* och *Arto Nyberg*, överfördes till den finskspråkiga nyhets- och aktualitetsverksamheten.

Enligt Finska Notisbyråns jämförelse var Yle för andra året i följd den mest citerade nyhetsaktören i Finland 2017.

Yle kommer att verkställa betydande förnyelser i sin **regionala verksamhet** på finska de närmaste två åren. Förnyelsen gäller främst journalistiken, men berör också medarbetarna, de tekniska produktionsmedlen och lokalerna. Syftet är att ge redaktörerna större närvaro ute på fältet och utöka det regionala och riksomfattande innehållet från olika håll i Finland. Det nya konceptet ska pilot-testas i sydvästra och sydöstra Finland från och med mars 2018.

En ny regional mediedesk inrättades 2017 i Mediapolis i Tammerfors för att assistera den regionala journalistiken.

De största evenemangen inom **sporten** var skid-VM i Lahtis och friidrotts-VM

i London. Från VM i konståkning stod Yle också för den internationella signalen. Även herrbasketlandslagets prestationer i VM-kvalmatcherna lockade stora tittarskaror.

Yle säkerställde att finländarna får titta på sina favoritsporevenemang på Yles kanaler genom att teckna fortsatta avtal om följande VM och EM i fotboll samt de tre följande VM-tävlingarna i friidrott. I stället för det finska herrfotbollslandslagets kvalmatcher slöts ett fyraårigt avtal om herrbasketlandslagets kvalmatcher. Yle ingick på prov avtal med Viasat om ett nytt koncept som bjuder på bollsport på högsta nivå istället för Champions League.

Arbetet med att bygga upp en ny tjänst i Yle Arenan som ska samla direktsändningar – inklusive anknypande text, programinformation, data- och videoinnehåll – inleddes sommaren 2017. Tjänsten ska speciellt innehålla sportutbud, som sändningarna från vinter-OS i Sydkorea. Yle hade redan 2016 tecknat avtal om att dela tv-rättigheterna för OS med amerikanska Discovery.



Jägarliv (Eräkävijät) berättar om jakt och fiske i Finland i dag. Den första säsongen har sålts till trettio länder. Andra säsongen visades i Yle TV1 och på Yle Arenan hösten 2017.

Bild: NTRNZ Media Oy



Yle lyfte i sitt utbud fram mångfalden av olika idrottsgrenar i Finland och arbetade målmedvetet för jämställdhet inom idrotten. Inom ramen för det nationella projektet 100 jämställdhetsgärningar utarbetade Yle en åtgärdsplan för att ge damidrotten större synlighet i medierna. Yle Urheilu och Yle Sporten belönades för sitt jämställdhetsarbete av både Delegationen för jämställdhetsärenden och undervisnings- och kulturministeriet.

### *Kreativa innehåll*

Kreativa innehåll svarar för Yles utbud av **fakta, kultur, underhållning** och **drama** samt tjänster för **barn och unga**.

Yle har fortsatt att utveckla inhemska drama, mångmedialt berättande samt tjänster för barn och unga. Som ett svar på omvälvningarna inom media arbetade Yle med att förnya berättargreppen, satsa på webben och erbjuda ett mångsidigt kulturutbud som finländarna också kunde medverka i. Nylanseringarna fokuserades speciellt på de

mest krävande målgrupperna, nämligen under 45-åringar.

I enlighet med bolagets strategi fokuserade Yle på att samla finländarna genom gemensamma upplevelser och att stärka finländarnas mediekompetens och digitala färdigheter.

År 2017 utökade Yle sitt utbud av innehåll för lärande. Ett omfattande innehållspaket om mediekompetens och digitala färdigheter riktar sig till alla åldersgrupper. Det erbjuder verktyg för utveckling av källkritiskt tänkande och mediekompetens samt visar vilken effekt tekniska förändringar har i vardagen. Helheten omfattar olika teman från att identifiera fejknyheter till att öva upp de kommunikationsfärdigheter och digitala färdigheter som behövs i dagens samhälle. År 2018 kommer Yle att tillsammans med samarbetsparter genomföra en nationell kampanj för att främja medborgarnas digitala färdigheter.

Yle Fakta, finskspråkiga nyhets- och aktualitetsverksamheten och Svenska Yle har i samarbete tagit fram innehåll som anknyter till lärande, grävande jour-



Soffpotatisarna (Sohvaperunat), ett av Yles populäraste program, var tillbaka med säsong fyra. I programmet kommenterar Mici och Maicci från Uleåborg tv-utbudet under veckan.

Bild: Ville Honkonen/Yle Bildtjänst

nalistik, natur och miljö, vetenskap och hälsa samt historia.

Serien *Vårt land! (Oi maamme!)* bjöd finländarna på både arkivmaterial och en plattform där de kunde lägga ut egna kortfilmer och videor för visning på Yle Arenan och i tv. Finländare i alla åldrar uppmuntrades att klippa, texta och på andra sätt bearbeta arkivmaterial till nya och personliga kortfilmer eller musikvideor. Under året fick Yle in över 370 inslag.

Produktionsprocessen för konserter i Musikhuset sågs över och nu förmedlas varje konsert av Radions symfoniorkester på en gång som högklassigt innehåll på webben, i radio och tv.

Yle befäste sitt nationella och internationella samarbete på kulturområdet genom att förnya samarbetsavtalet med Finlands nationalopera. De nya samarbetsparterna SVT (Sveriges Television) och NRK (Norsk Riksringkasting) började förmedla musikutbud från Yle i Sve-

rige och Norge.

Yle har haft något färre egna produktioner inom fakta, drama och kultur och köpt in mer från utomstående parter.

De nordiska rundradiobolagen slog fast en gemensam dramastrategi, som ska öka samarbetet inom produktion och programutbyte. Avsikten är att höja konkurrenskraften för nordiskt drama. Enligt målsättningen ska bolagen i tolv månader ha ensamrätt att visa de nordiska dramaproduktionerna.

Stora publikfavoriter bland de nordiska programmen i Yles utbud var speciellt ungdomsserien *Skam* och även andra dramaserier som tilltalade en stor publik, som till exempel svenska *Vår tid är nu*. Av de inhemska produktionerna har *En ny dag (Uusi päivä)*, *SuomiLOVE* och *Soffpotatisarna (Sohvaperunat)* gått väl hem även hos tittare under 45 år. En av höjdpunkterna under slutet av året var serien *Kekkonen* med Jari Tervo som programvärd i radio och tv. Tv-sändningarna hade



Nörden: DragonSlayer666 (Nörtti: DragonSlayer666), som riktar sig till unga, hörde till de populäraste dramaserierna på Yle Arenan 2017 med över 1,2 miljoner starter. Samuel Kujala spelade Dragonslayer666 som drömmer om en proffskarriär inom e-sport.

Bild: Yle Bildtjänst/Dionysos Films



i genomsnitt 900 000 tittare.

Av utbudet till ungdomar gjorde den nya serien *Nörden: Dragonslayer666* succé med över en miljon visningar på Yle Arenan. *Nörden (Nörtti)* och *Helt knäpp (Sekasin)*, som tog tag i mental ohälsa bland unga, väckte mycket intresse även utomlands, och formatet för *Helt knäpp* såldes i slutet av året till Tyskland.

Yle ökade försäljningen utomlands med över en femtedel under rapportperioden. Bland annat köpte Netflix de globala rättigheterna till serien *Vägen tillbaka (Breaking the Cycle)* som handlar om fångvården. Första säsongen av *Jägarna (Eränkävijät)* har sålts till över trettio länder och animationsserien för barn *Snögubben Albi (Albi Lumiukko)* har laddats ner fler miljoner gånger på den största strömningstjänsten i Kina (iQiyi).

Yle har arbetat fram nya berättandeformer speciellt vid produktion av videor i kortformat, så kallad short form. Kort-

videon *America first, Finland second* från *Noin viikon uutiset* blev en favorit. Den startades på Yles egna plattformar 180 000 gånger och på Youtube 1,7 miljoner gånger under året. De kortvideor som delats på webben förstärkte också den påverkan som olika evenemang och kampanjer hade. Till exempel kortvideorna för *Tävlingen för ny musik* och *Hulahula Finland* spreds kraftigt på webben och nådde där en ung publik bättre än hela sändningar.

Utvecklingsnätverket för produktutveckling och utgivningsplanering Yle Labra har erbjudit hjälp åt de som jobbat med short form-dokumentärer och också understött experiment med virtuell verklighet (virtual reality, VR) och förstärkt verklighet (augmented reality, AR). De är speciellt avsedda som svar på de förändrade medievanorna bland under 30-åringar. Yle Labra understödde också nya experiment på olika plattformar i sociala medier.



Poddserien Radio Sodoma gör parodi på en radiokanal genom svart humor. Antti Holma stod för manus och spelade alla roller. Serien med 15 avsnitt sändes endast som podd.

Bild: Jukka Lintinen/Yle

Den finskspråkiga kulturredaktionen började producera podcaster på Yle Arenan för att stärka utbudet av audio. Att utveckla podcasterna och audioinnehållet på webben ingår också i ett utvecklingsprojekt för radiodrama, som framöver erbjuder innehåll på finska från olika genrer under rubriken Radiogalleria.

En allt större publik tittar på **barnprogram** via appen Barnens Arena, vars användarantal ökade med tjugo procent 2017. Användarupplevelsen av Barnens Arena förbättrades då en ny version lanserades. I den är det lättare att hitta favoritprogrammen och program för specialgrupper, som barn med nedsatt hörsel. Appen, som nylanserades strax före jul, användes för visning av barnprogram i cirka 88 000 mobila enheter varje vecka.

De nya julkalenderspelen i *Lilla Tvåans* (*Pikku Kakkonens*) lekapp ökade ytterligare appens popularitet under slutet av 2017; den användes av i genomsnitt

cirka 70 000 enheter varje vecka. Appen har utvecklats i samarbete med Svenska Yle och Yle Sápmi.

Utbudet i *Lilla Tvåan* (*Pikku Kakkonen*) får betyget mycket bra av nästan hälften och minst ganska bra av 94 procent av barn under skolåldern.

Yle erbjuder tjänster för barn och deras föräldrar genom ett omfattande och alltid tillgängligt inhemskt utbud. År 2017 fyllde *Lilla Tvåan* 40 år, och jubileet inleddes med dokumentären *Postbox 347 – Lilla Tvåans historia* (*Postilokero 347 – Pikku Kakkosen tarina*) om programmets historia och betydelse. För barnen och barnens familjer ordnades konserter i Rovaniemi och Uleåborg samt sagostunder runtom i Finland.

Tack vare flera så kallade katalogköp av program för Barnens Arena är det möjligt att titta på program till och med flera månader efter att de sänts i tv.



Dramadokumentären *Sjuttion* (*Seitsemäntoista*) binder samman två berättelser om självständighet. Året är 1917 och sjuttonåriga lita (*Milla-Mari Pykkänen*) letar efter Olivia.

Bild: Jussi Nahkuri/Yle

## Jubileumsåret Finland 100

Till de stora satsningarna under året hörde det omfattande utbudet i radio, tv och på webben i anslutning till Finlands 100-årsjubileum. I samband med det gjordes ett omfattande samarbete mellan de olika innehållsenheterna. Målet var att sammanföra finländarna genom storslagna och engagerande evenemang där publiken kunde vara delaktig samt att visa upp landets och folkets olika ansikten.

Yle Fakta hyllade jubileumsåret med tre stora satsningar. Den tredelade dramadokumentären *Sjutton (Seitsemäntoista)* var kopplad till ungdomsmysteriet *Olivia17*, som lanserades på mobila plattformar. Serien *Maamme – Vårt land* visade upp vårt land från luften, och den fiktiva, flermediala produktionen *Operation Alaska (Operaatio Alaska)* baserar sig på verkliga planer för evakuering av finländarna till Alaska 1940–1944.

Yle var också medfinansiär för Aku Louhimies *Okänd soldat*, som Yle kommer att visa först i tv och sedan på Yle Arenan som en miniserie i fyra avsnitt i slutet av 2018.

Yle Kultur och underhållning hade två stora satsningar kring litteratur och sport. Rekordmånga konserter med anledning av Finland 100 fick också internationell spridning genom tv-samarbete och programutbyte inom EBU.

Projektet *Kirjojen Suomi (101 böcker)* gav en skönlitterär inblick i det självständiga Finlands historia genom över 250 program i tv, radio och på webben. *Sportfinland (Urheilu-Suomi)* gjorde en djupdykning i det idrottstokiga folket genom berättelser från både planen och läktarna.

Direktsändningarna i tv och radio från invigningen av Finland 100 samt den riksomfattande dansutmaningen *Hulahula Finland* förenade miljoner finländare.

För barnen var jubileumsåret närvarande speciellt i serierna *Historia hans-*



BUU-klubben är de svenskspråkiga barnens favorit. Micke Björklund och Isa Gris (Nina Hukkinen) kockar tillsammans i köket på Strömsö och ger tips på vad allt man kan koka ihop med barnen.

Bild: Rolf Granqvist/Yle Bildtjänst

kassa, Katti Matikainen och Barnens Finland (*Lasten Suomi*). Till nyheterna hörde också dansserien *Lilla Surr* (*Pikku Pöriäinen*), i samarbete med dansteatern MD, och hundra bekanta finska barnvisor som lades ut på Barnens Arena i nya arrangemang och framförda av flera olika artister.

Yle televiserade jubileumsgalan i Uleåborg och förmedlade stämningar från festligheterna och evenemangen på självständighetsdagen från olika orter runtom i Finland och från utlandet, där bland annat sevärdheter lystes upp i Finlands färger.

### Svenska Yle – utbud och tjänster på svenska

Svenska Yle ansvarar för Yles public service på svenska.

Enligt en mätning av hur värdefullt Yle är anser finlandssvenskar och tvåspråkiga finländare att bolaget är betydelsefullt för samhället och att det har lyckats i sitt public service-uppdrag.

Enligt resultaten som publicerades i november fick Yles betydelse för samhället betyget 8,8 på skalan 1–10 (2016:

8,9). Yles betydelse i den egna medieanvändningen fick betyget 7,0 (2016: 7,1). Enligt undersökningen var Yle det mest trovärdiga mediebolaget bland åtta aktörer inom mediebranschen. (Undersökningen Hur värdefullt är Yle för finlandssvenskarna, hösten 2017)

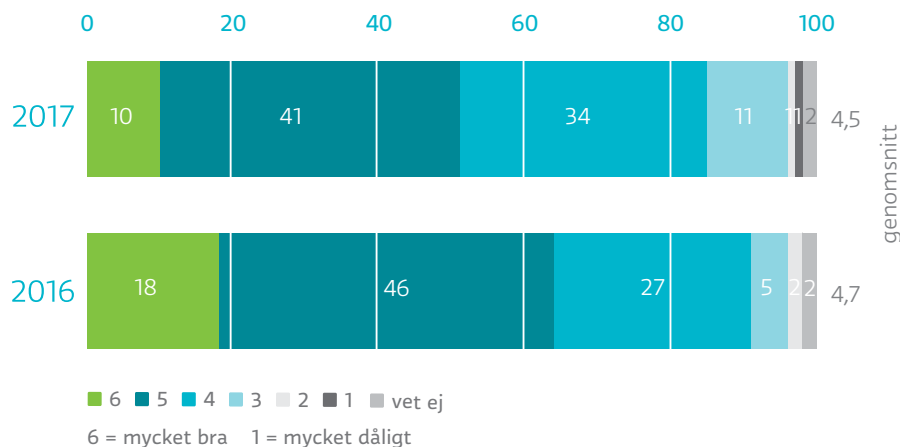
Svenska Yles betyg för skötseln av public service-uppdraget är 4,5 på skalan 1–5.

År 2017 satsade Svenska Yle speciellt på att stärka relationen till publiken såväl i radio och tv som på webben. Antalet webbbesökare fortsatte att öka och användningstiden för webbinnehåll ökade med 12 procent, vilket överträffade det uppställda målet trots att innehållsvolymen var oförändrad.

Antalet användare av svenskspråkiga Yle Arenan ökade bland annat tack vare den norska succéserien *Skam*. Till publikfavoriterna hörde även andra nordiska serier, som den svenska ungdomsserien *Portkod* och publikmagneten *Vår tid är nu*.

Yle Arenan når varje vecka 43 procent av alla svensk- och tvåspråkiga finländare och över 60 procent av svensk- och tvåspråkiga i åldersgruppen 30–44-åringar. Även audioutbudet lockade mer lyss-

## HUR VÅR HAR SVENSKA YLE LYCKATS I SITT PUBLIC SERVICE-UPPDRAG 2016–2017?





nare med en rekordpublik för både *Vegas Sommarprat* och den populära podcasten *Ted & Kaj*.

Året medförde förändringar för **tv**-tittarna när Yle Fem på våren övergick till en delad kanalplats med Yle Teema samtidigt som SVT World lade ner tv-sändningarna i Finland.

De första månaderna hade tittarna svårt att hitta sina favoritprogram på den gemensamma kanalplatsen, vilket ledde till att veckoräckvidden sjönk. Under hösten började tittarsiffrorna öka igen och vid årsskiftet var veckoräckvidden 58 procent, det vill säga nära det som den var i januari 2016.

Yle ökade textningen på svenska vilket bidrog till att göra innehållet mer tillgängligt. Sedan senhösten sänder Yle Teema & Fem program på svenska eller med svensk textning varje kväll till åtminstone klockan 22.

I samband med omstruktureringen av kanalerna ökade utbudet av program på svenska i Yle TV1. Det lockade fler tittare till bland annat *Allsång på Skansen*. Arbetet med att utveckla ett tvåspråkigt koncept för *Strömsö* fortsatte och första sändningen av avsnitten flyttades till Yle TV1 från och med början av januari 2018. Ett nytt tvåspråkigt kulturprogram kommer att lanseras under början av 2018. Under 2017 sågs också andra tvåspråkiga initiativ, som bland annat *Linnan juhlat – Fest på slottet* där också publiken kunde medverka.

Etablerade program som *TV-Nytt* och barnprogrammet *BUU-klubben* behöll sin starka ställning hos den svensk- och tvåspråkiga publiken. Den svenskspråkiga valvakan vid kommunalvalet väckte också ett stort intresse.

Arbetet med att förnya **radio**kanalen Yle Vega inleddes hösten 2016 och fortsatte under 2017. Enligt lyssnarsiffrorna har förnyelsen tagits väl emot. Mer direktsändningar och större närvaro bland folk har gjort det lättare att bevaka och fördjupa aktuella nyhetshändelser och fenomen.

Ungdomskanalen Yle X3M förnyade också sin ljudvärld i början av 2017 och introducerade ett nytt morgonprogram.

Samtidigt har webblyssningen av radio och audio fördubblats. Yle Vega hade över 400 000 starter på Yle Arenan under året.

Svenska Yle har ökat samarbetet mellan olika innehållsgrupper och utgivningsplattformar samt satsat på att skapa innehåll med större genomslagskraft. De finskspråkiga och svenskspråkiga redaktionerna har haft omfattande samarbete bland annat vid val och inom grävande journalistik. En av de största journalistiska framgångarna var nyheterna och inslagen om skatteparadis. Den finska faktaredaktionen och svenska kulturredaktionen har i samarbete skapat den tvåspråkiga serien *Egenland* som kommer att visas 2018.

Ändringar i organisationen möjliggör inköp av mer innehåll och tjänster från utomstående i enlighet med Satonen-gruppens rekommendationer, varigenom Yle kan stödja verksamhetsförutsättningarna för det svenskspråkiga kulturfältet.

Yle har ökat satsningarna på webbinnehållet speciellt för att nå ut till publiken under 45-åringar. Resurser från innehåll för unga har flyttats över från broadcastproduktioner till webben och sociala medier, vilket har ökat dialogen med unga. Viktiga samhällsteman tas upp i bland annat korta videoinslag på webben, vilket är ett format som ungdomar gärna tar till sig.

Ungdomsperspektivet beaktades också i samband med kommunalvalet i den sista debatten som riktade sig speciellt till en ung publik.

Svenska Yle har också utvecklat sin beredskap att reagera på plötsliga och överraskande nyhetshändelser där behovet av en snabb och tillförlitlig nyhetsförmedling accentueras, som vid till exempel terrordåden i Stockholm och Åbo.

**Jubileumsåret Finland 100** togs upp på Svenska Yles alla plattformar. Till Finland 100-helheten hörde bland annat ett

## 3.3

omfattande samarbete med Svenska litteratursällskapet vars *Föredragsmaraton* sändes direkt i 24 timmar på Yle Arenan.

Svenska Yle satsade också på stora sportevenemang och viktiga finlandssvenska evenemang som *Stafettkarnevalen* och Svenska Dagen. Bägge hörde till de mest tittade direktsändningarna både på webben och Yle Fem.

Svenska Yle lanserade nya samarbeten med den kreativa sektorn som bland annat resulterade i samproducerat helgutbud i Yle Vega. Musiktävlingen för barn, *Melodi Grand Prix (MGP)* utvecklades med fokus på mer interaktion med målgruppen i sociala medier. De traditionella BUU-dagarna för de allra yngsta lockade rekordmånga besökare. BUU-dagen ordnades i Helsingfors för första gången i samarbete med kulturproducentutbildningen på yrkeshögskolan Arcada.

Samarbetet med de finlandssvenska tidningshusen avancerade. Svenska Yle och KSF Media samarbetade bland annat kring valkompassen och resultat-tjänsten vid kommunalvalet.

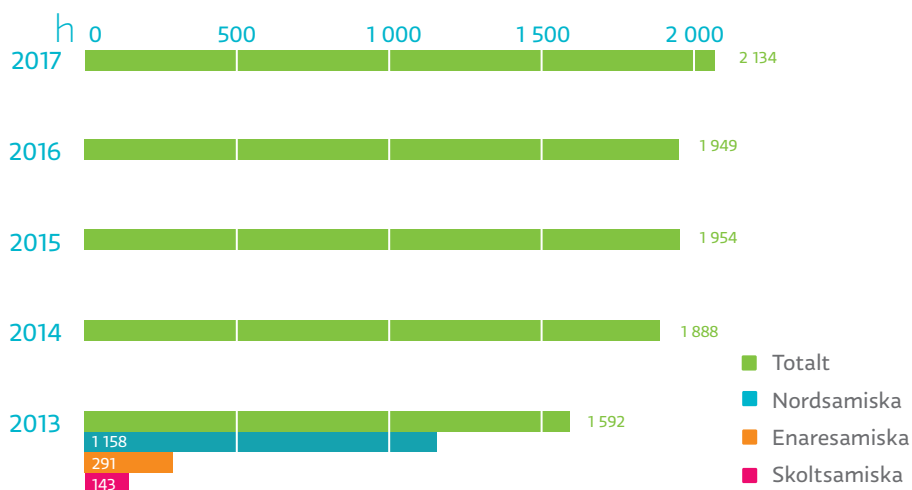
## 3.3 TJÄNSTER PÅ SAMISKA

Yles samiskspråkiga redaktion i Enare verkställer public service-uppdraget på samiska. Yle Sápmi är en av den finskspråkiga nyhets- och aktualitetsverksamhetens regionala redaktioner som betjänar såväl samer inom och utanför samernas hembygdsområde som andra som intresserar sig för vårt urfolks livsstil och kultur.

På vardagar producerar redaktionen nyheter, aktualiteter och kulturprogram, barn- och ungdomsprogram samt andligt innehåll på de tre samiska språken nordsamiska, enaresamiska och skoltsamiska. Yle Sápmi har en egen radiokanal, Yle Sámi Radio, en webbtjänst på fyra språk samt barnprogram och två nyhets-sändningar i tv. Hela utbudet finns också på Yle Arenan.

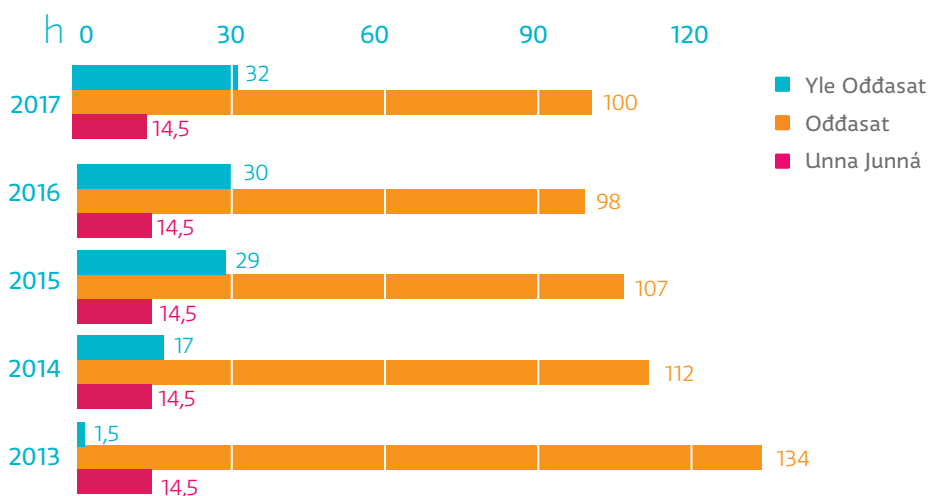
Yle Sápmi är Finlands mest omfattande och viktigaste nyhetstjänst på samiska. Yle Sápmi berättar om livet och fenomen i det samiska samhället samt stärker samernas språkliga och kulturella traditioner.

### YLE SÁMI RADIOS PROGRAMTIMMAR I RADIO 2013–2017



Nord-, enare- och skoltsamiskans andelar har inte särskiljts åren 2014–2016.

## YLE SÁPMIS PROGRAMTIMMAR I TV 2013–2017



**Yle Ođđasat** Yles egna tv-nyheter på samiska, 5 min. Vardagar på Yle TV 1 kl. 16.45. Repris följande dag på Yle TV1 kl. 12.19.

**Ođđasat** Nordiska tv-nyheter på samiska, 15 min. Sena vardagas kvällar på Yle TV1. Repris följande dag på Yle TV1 kl. 12.19.

**Unna Junná** Tv-program för barn på samiska, 15 min. 30 avsnitt på Yle Fem och Yle TV2.

Trots att utgångspunkten är de samiska språken strävar redaktionen efter att välja ämnen så att de representerar olika synpunkter och tillför nya röster i samhällsdebatten på flera olika språk.

Yle Sápmi arbetar utgående från Yles värderingar och strategi. Yle Sápmi följer också de samnordiska värderingarna för nyheter på samiska – trovärdighet, mod, att betjäna publiken och samisk identitet. Utöver detta styrs Yle Sápmi av visionen för nyheterna, vilket innebär att Yle Ođđasat är den viktigaste informationskällan för vad som händer i sameområdena och övriga områden som bebos av urfolk.

Webbplatsen är den viktigaste nyhetskanalen. Tv öppnar ett fönster till samernas värld och bjuder på upplevelser, och radio är det viktigaste verktyget

för att revitalisera och stärka speciellt de hotade språken enaresamiska och skolt-samiska.

År 2017 verkade Yle Sápmi fortfarande i tillfälliga lokaler i samekulturcentret Sajos eftersom redaktionen i Enare hade drabbats av problem med inomhusluften 2015. De tekniska och fysiska begränsningarna i de tillfälliga lokalerna påverkade redaktionen och bromsade upp utvecklingen av samarbetet mellan tv och radio. Redaktionen fortsatte att satsa på nytt webbinnehåll.

Utbudet på webben fortsatte att öka i popularitet. År 2017 tog publiken del av Yle Sápmis webbutbud i genomsnitt 631 timmar per vecka, vilket är en ökning med 118 procent jämfört med året innan.

Yle Sápmi producerade regelbundet

videor som publicerades förutom på de egna webbplatsformarna också i sociala medier. Videorna textades till både finska och samiska, vilket gav de samiska språken mer synlighet också bland den övriga befolkningen. Den populäraste textade videon fick uppemot 50 000 visningar på sociala medier.

I likhet med året innan fortsatte Yle Sápmi att noga bevaka samepolitiken. Sametingets plenum gick att följa på webben genom artiklar som uppdaterades minut för minut under mötenas gång.

Yle har sedan 2013 haft en nyhets-sändning på samiska, Yle Ođđasat, som med en ny sändningstid klockan 16.45 på Yle TV1 lockade fler tittare. År 2017 hade sändningen i genomsnitt 270 000 tittare per dag, vilket var över två gånger mer än året innan. Samnordiska Ođđasat hade i genomsnitt 142 000 tittare per dag.

De samnordiska direkta morgonsändningarna i radio fortsatte i samarbete med de samiska redaktionerna i Norge och Sverige (NRK Sápmi och Sameradio & SVT Sápmi). Användningen av enaresamiska och skoltsamiska förstärktes i radions programflöde under direktsändningarna mitt på dagen. I dem användes samtliga tre samiska språk parallellt.

Förutsättningarna och resurserna för barnens tv-program *Unna Junná* hölls oförändrade. *Unna Junná* produceras som ett projekt vars säsong är sex månader. År 2017 sändes sammanlagt 30 program av vilka cirka 20 var nyproducerade. Programserien produceras på de tre samiska språken. Arbetet med att bygga upp en egen webbplats, som många frågat efter, framskred inte. Trots detta lyckades man skapa en webbsida för barnprogram på samiska. Den innehåller förutom Yles utbud av barnprogram på samiska också en serie för barn på nordsamiska, producerad av NRK Sápmi. Projektet *Unna Junná* dubbades också till enaresamiska och skoltsamiska.

Radioprogrammet *Sohkaršohkka* för unga vuxna fortsatte som tidigare. Utö-

ver radioprogrammet varje vecka skapade redaktörerna innehåll för sociala medier, som videor från festivaler och evenemang. De etablerade programledarna och redaktörerna assisterades av nya praktikanter och medhjälpare som jobbade på alla de tre samiska språken. *Sohkaršohkka* har fungerat som Yle Sápmis test- och utvecklingslaboratorium för radio och för nya tekniska lösningar.

Arbetet med att digitalisera Yle Sámi Radios arkiv fortsatte så som året innan. Det samiskspråkiga arkivet lanserades på samernas nationaldag 2017. Resurserna för arkivet togs från den befintliga budgeten för radioproduktioner. Arkivmaterial på enaresamiska, skoltsamiska och nordsamiska utnyttjades också i radio. Arkivet innehåller unikt kulturmaterial sedan 1970-talet på alla de tre samiska språk som talas i Finland. Digitaliseringen är ett samarbete med det samiska kulturarkivet vid Giellagasinstitutet. Under 2017 publicerade det samiska arkivet 116 artiklar och ljudinslag.

De unga redaktörerna på Yle Sápmi samarbetade kring pilotprojektet i video och tv som riktar sig till unga, *Sámi Sherlock*. Projektet testar produktionen av en fiktiv videoberättelse för unga och unga vuxna med avstamp i en samisk kontext. I projektet deltog också Sameområdets utbildningscentral som lånade sin inspelningsutrustning för produktionen. Finslipningen och publiceringen av *Sámi Sherlock* sköts upp till början av 2018.

Samiska skolor deltog också i Yles projekt för mediefostran, Yle Uutisluokka/Yle Nyhetsskolan, som för första gången kommer att ha också enaresamiska och skoltsamiska elever 2018.

### *Yle Sápmis programtimmar*

Yle Sápmis programtimmar i radio ökade jämfört med året innan. Det är omöjligt att exakt specificera de olika samiska språkens timmar av radioutbudet eftersom samtliga tre språk hörs i program-



flödet under dagen och används av programvärdarna varje dag. De tre språkens relativa andelar är i stort sett oförändrade.

### 3.4 TJÄNSTER FÖR SPECIALGRUPPER OCH ANDRA MINORITETER

#### Tillgänglighet

Yle gjorde under 2017 betydande insatser för att förbättra tillgängligheten av innehåll och tjänster. Bättre tillgänglighet bidrar till jämlikhet och betjäna förutom specialgrupper även andra som använder tjänsterna.

Public service för specialgrupper och andra minoriteter ska bidra till att alla har lika stor möjlighet att vara delaktig i samhället och samhällsdebatten och ta del av gemensamma upplevelser. Den ökar också den övriga befolkningens förståelse för minoriteternas ställning och skapar på så sätt förutsättningar för dialog.

Yle utvecklar tjänsterna i samarbete med användare och intresseorganisationer för olika specialgrupper. Yle kommer 2018 att samla ihop representanter för olika specialgrupper till en fokusgrupp som ska utvärdera och testa nya tjänster i samarbete med Yle.

Nya tekniska lösningar – som artificiell intelligens, maskininlärning, automatisk videoanalys och taligenkänning – kan i framtiden ge nya alternativ för bland annat textning av tv-program i direktsändning. Taligenkänning och automatisk innehållsanalys kunde exempelvis användas för att göra radioprogram mer tillgängliga för döva och personer med nedsatt hörsel.

Yle har testat automatisk innehållsanalys och resultaten från testerna är uppmuntrande, men det behövs ännu en hel del teknisk utveckling innan tekniken är klar för att användas i större omfattning. Den mänskliga intelligensen och insatserna kommer ännu länge att behövas för högkvalitativ tv-textning, översättningstextning och syntolkning.

## 3.4



Yle har ökat mängden syntolkning. Ett av de syntolkade programmen var den finskspråkiga Julkalendern. På bild från vänster Huima Hurja (Hanna Raiskinmäki), Serkku Shh (Emilia Sinisalo) och Kaino Juhana (Hannes Mikkelsen).

Bild: Jorma Lehti/Yle

## Textning och tolkning av program

Yle producerar textning av två olika slag, nämligen översättningstextning och programtextning. **Översättningstextningen** är alla finländare vana vid att läsa när det talas ett främmande språk i ett tv-program. Yle har översättningstextning i alla tv-program på andra språk än finska eller svenska.

Volymen av textning på svenska ökade betydligt 2017 i och med den gemensamma kanalplatsen för Yle Fem och Yle Teema. Allt utbud på bästa sändningstid på Yle Teema textades till svenska, inklusive ett brett urval av kulturellt betydelsefulla dramaprogram och serier. Yle Fems program textas fortfarande till både svenska och finska.

Med **programtextning** avses textning av finskspråkiga program på finska och svenskspråkiga program på svenska. Programtextning är en tjänst främst till för tittare med nedsatt hörsel, vilka är över 700 000 personer i Finland. Textningen är också till hjälp för invandrare, personer som studerar språket och exempelvis på offentliga platser där det inte är möjligt att ha ljud på tv:n.

År 2017 hade Yle programtextning i samtliga tv-program på finska och svenska, med vissa undantag. Kommunikationsministeriet har beslutat att tillfälligt (2017 och 2018) ge efter på textnings-skyldigheten så att direktsändningar förses med textning inom 24 timmar för repressändning i tv och på Yle Arenan.

Textning av direktsändningar och program som blir klara i sista minuten är en stor utmaning, eftersom bra direkttextning kräver sådan fungerande talteknologi som tillsvidare saknas i Finland. Yle har tillsammans med flera samarbetsparter fortsatt insatserna för att ta fram en fungerande lösning.

Tittarna kan aktivera programtextning genom att ange holländska som textningsspråk i sin mottagare. Programtextning finns både i tv och på Yle Arenan.

**Ljudtextning** är primärt en tjänst för

personer med nedsatt syn och lässvårigheter. Ljudtextning går ut på att texten i rutan omvandlas till syntetiskt tal. Yle har ålagts att tillhandahålla ljudtextning i alla program med översättningstextning, med vissa undantag.

Tittarna kan ta del av tjänsten genom att ange holländska som ljudval i sin mottagare. På Yle Arenan fungerar ljudtextning i bland annat enheter med Apple iOS, som har bra och lättanvända funktioner och därför är populära bland personer med nedsatt syn.

På de synskadades begäran strävar Yle också efter att erbjuda ljudtextning i inslag på främmande språk i Yles nyhets- och aktualitetsprogram, trots att lagen inte förpliktar till detta.

**Syntolkning** är en tjänst som går ut på att synförmåelser beskrivs med ord. Utöver personer med nedsatt syn har också personer med autismspektrumtillstånd samt invandrare och äldre nytta av tjänsten.

Yle har tidigare erbjudit syntolkning bara till enstaka program, men år 2017 flerfaldigades utbudet med flera dramaprogram och dokumentärer samt den finska *Julkalendern* som synskadade speciellt hade önskat. Tjänsten har fått mycket beröm från personer med nedsatt syn. Yle kommer att om möjligt öka utbudet av syntolkning 2018.

Tittarna kan ta del av syntolkning genom att ange holländska som ljudval i sin apparat. Programversionerna med syntolkning tillhandahålls om möjligt både i tv och på Yle Arenan.

## Tjänster för språkminoriteterna

Yle erbjuder nyheter på finska, svenska och de officiella minoritetsspråken samiska, romani, karelska och finskt teckenspråk samt på engelska, latin, ryska och lätt finska.

**Romano Mirits – Romska pärlor:** i Yle Radio 1 och på Yle Arenan.

Programmet på 15 minuter innehåller aktualiteter om romerna och den romska

## SPECIALTJÄNSTER I PROGRAMTIMMAR 2017

NYHETER OCH INNEHÅLL PÅ TECKEN-  
SPRÅK (Bl.a. Riksdagens frågetimme med  
tolkning till teckenspråk)

OÐÐASAT

NOVOSTI YLE

YLE OÐÐASAT

NYHETER PÅ ENKEL FINSKA

SYNTOLKNING

LJUDTEXTNING

MYNDIGHETSMEDELANDEN

TEXT-TV

ROMANO MIRITS – ROMSKA PÄRLOR

PROGRAMTEXTNING

UTLANDSTJÄNSTER

### TV-KANALERNA, YLE ARENAN

- Oddasat 99 timmar (2016: 91 timmar)
- Yle News 5 timmar (2016: 29 timmar)
- Novosti Yle 26 timmar (2016: 26 timmar)
- På finskt teckenspråk 67 timmar (2016: 48 timmar)
  - A-studio samt aktualiteter, bl.a. Presidentvalsdiskussion
  - Barnprogram
  - Yle Uutiset på finskt teckenspråk
  - Yle Uutiset Viikko på finskt teckenspråk
  - Viitasen Piia
- Yle Nyheter på lätt finska 20 timmar (2016: 20 timmar)
- Syntolkningar 8 timmar (2016: 0 timmar)
  - Dokumenttprojekt: Salainen metsäni
  - Linnanjuhlat
  - Nuoruustango
  - Joulukalenteri

### RADIOKANALER

- Romano mirits 12 timmar (2016: 13 timmar)
- Yle News 18 timmar (2016: 18 timmar)
- Novosti Yle 24 minuter – år 2017 Novosti Yle sänds på radio endast en vecka i januari (2016: 24 timmar)
- Nyheter på lätt finska 30 timmar (2016: 30 timmar)

kulturen samt nyheter på romani. Programmet spelar en viktig roll för bevarandet och utvecklingen av romani. Tre frilansredaktörer, av vilka två representerar den romska minoriteten, gör programmet, vars innehåll utvecklas i samarbete med den romska gemenskapen.

**Yle News** – nyheter på engelska: i Yle Radio 1 och Yle Mondo samt på webben och i sociala medier.

Yle News utbud beskriver det finländska samhället för personer som är bosatta i Finland och vars modersmål inte är finska, svenska, ryska eller samiska. Målgruppen omfattar också turister i Finland och i utlandet bosatta personer som är intresserade av Finland.

Yle News fokuserade 2017 på att stärka utbudet på webben och mobilt samt på att fortsätta nyhetssändningarna i radio. Räckvidden på webben och i sociala medier utvecklades kraftigt under 2017. Yle News deltog också i enskilda projekt, till exempel genom att producera ett debattprogram på engelska i anslutning till kommunalvalet. Denna debatt var samtidigt Yles första

debattprogram som direktströmmades på Facebook. I februari 2018 kommer Yle News att lansera en podcast med ett nytt avsnitt varje vecka.

**Novosti Yle** – nyheter på ryska: i Yle TV1 samt på webben och i sociala medier.

Den främsta målgruppen för Novosti Yle är de ryssar som bor i Finland samt personer som är intresserade av ryska språket. År 2017 producerade redaktionen nyheter för tv, webben och sociala medier samt i början av året även för radio. Redaktionen stod också för en kommunalvalsdebatt på ryska.

Den sena radiosändningen på ryska nådde inte ut till sin publik. I januari 2017 överfördes därför resurserna från radio till webbjournalistik enligt det beslut som fattats tidigare.

Novosti Yle i tv kl. 16.50 har haft i genomsnitt 250 000 tittare.

**Yle Nyheter på lätt finska** – i Yle Radio Suomi och Yle Mondo samt på webben.

Yle Nyheter på lätt finska är daglig nyhetsbevakning i radio och på webben för personer med svårigheter att förstå tal eller skriven text. De passar till exem-



Yle har ökat programutbudet på finskt teckenspråk för barn. Äventyrsmaskinen (Seikkailukone) finns på finskt teckenspråk på Yle Arenan. På bilden bakre raden från vänster Isa-Eerika Lehto, Susanna Volanto, Tuomo Rannankari och Janne Ali-Vehmas. Framför dem Reppu-Heppu (Jaakko Loukkola).

Bild: Konsta Leppänen/Yle

pel personer som studerar finska, personer med minnesstörningar samt äldre. I nyhetsinslagen avgränsas ämnet till endast det väsentliga.

Nyheter på lätt finska sänds kvällstid på Yle Radio Suomi och flera gånger om dagen på Yle Mondo samt i Yle TV1 vardagar kl. 15.10.

I sändningarna och på webbplatsen avgränsas ämnet tydligt och endast det väsentliga berättas.

### Tjänster på finskt teckenspråk

För personer med nedsatt hörsel har Yle tv-nyheter på finskt teckenspråk varje dag samt webbvideor på sociala medier. Teckenspråksredaktionen gör en veckoöversikt över de viktigaste nyhetshändelserna på söndagar. Även *A-studio*, riksdagens frågestund och valsändningar har tolkning till finskt teckenspråk.

År 2017 producerade Yle sändningar på finskt teckenspråk från presidentens mottagning på självständighetsdagen, utlysningen av julfriden och de dövas Finland 100-evenemang på Senatstorget i Helsingfors. Republikens presidents nyårstal visades på Yle Arenan med tolkning till både finskt och finlandssvenskt teckenspråk 1 januari 2017 och 1 januari 2018.

Yle har de senaste åren ökat programutbudet på finskt teckenspråk för barn med nedsatt hörsel och deras familjer, såsom sagor på teckenspråk på Yle Arenan. Nya serier i Lilla Tvåan som fick tolkning till finskt teckenspråk var *Äventyrsmaskinen (Seikkailukone)*, *En drömhistoria (Unelmajuttu)* och avsnitt av *Riku och Rami (Riku ja Rami)* samt serien *Med fingrarna eller med pinnar (Sormilla vai puikoilla)*.

Programvärdarna i Lilla Tvåan började också använda finska med teckenstöd. Dessutom finns det ramsor på finskt teckenspråk på yle.fi/lapset. Där finns också kommunikationskort som familjer kan använda som stöd för kommunikation. Med korten kan man bland annat illustrera i vilken ordning kvällsru-

tinerna ska utföras eller vilka kläder som ska användas utomhus.

Serien *Kuule mua (Hör mig)* bjuder tittare i skolåldern på dikter på finskt teckenspråk. Videorna finns på Galaxens webbsidor.

Dessutom producerade Yle en tv-serie med sex avsnitt på finskt teckenspråk i samarbete med Finlands Dövas Förbund. *Frans ja eläinystävät* spelades in 2017 och kommer att sändas under 2018.

## 3.5 ANDAKTSPROGRAM

## 3.5

Yle sänder riksomfattande andaktsprogram, som grundar sig på lagen, i radio, tv och på Yle Arenan på finska och svenska. För innehållet i programmen på svenska svarar Kyrkans central för det svenska arbetet (KCSA) och på finska Kyrkans kommunikation (tidigare Kyrkans informationscentral, KI) och producenter är Svenska Yle och Yle Fakta. Dessutom sänder Yle Sápmi andliga program på samiska.

Högsta organet är Rundradions övervakningsorgan för andaktsprogram, som godkänner sändningsplanerna och ser till att de olika kyrkosamfundet får egna andaktsprogram i Yles utbud. Övervakningsorganet består av representanter för Yle och för den evangelisk-lutherska kyrkan i Finland, den ortodoxa kyrkan i Finland, Katolska kyrkan i Finland samt de fria kyrkosamfundet och församlingarna. Föredragande är KCSA och Kyrkans kommunikation, vilka också samordnar andaktsprogrammen.

År 2017 präglades utbudet speciellt av reformationsjubileet och de därtill anknyttande specialsändningarna. Å andra sidan avspeglades olika krissituationer – framför allt terrordåd – i andaktsprogrammen. Yles radioandakter fyllde 85 år.

**Andaktsprogrammen på finska** har en väletablerad lyssnarskara. Radioandakterna tappade lyssnare, medan lyssnarantalet för radiogudstjänsterna

ökade med fem procent och tittarantalet för tv-gudstjänsterna med tre procent. Allt fler tittare och lyssnare tar del av andaktsprogrammen på webben.

Yle TV1 sänder gudstjänster på söndagar och kristna helger och dessutom andaktsprogram i repris på nästföljande vardagar. I tv har nya programformat introducerats, som *Nojatuolikirkko* ("Fåtöljkyrkan") och musikgudstjänsten *Riemu-laulut* ("Glädjesånger"), som tilltalar även något yngre målgrupper. Majoriteten av dem som tittar på gudstjänsterna är äldre personer.

Sammanlagt visades 35 finskspråkiga tv-gudstjänster, av vilka två var repris-sändningar och cirka en tredjedel sändes direkt. Yle sände fem fria kyrkosamfunds och församlingars gudstjänster, tre ortodoxa gudstjänster och en katolsk gudstjänst.

*Droppen (Pisara)* på lördagar är ett andligt tv-program där gästerna berättar om sitt förhållande till Bibeln. Programmet tilldelades innovationspriset

på den europeiska tv-festivalen för andliga program organiserad av WACC-SIGNIS. Tittarantalet uppvisade en ökning på 8 procent.

Yle Radio 1:s programutbud omfattar dagliga morgon- och kvällsandakter samt gudstjänster på finska på söndagar och kyrkliga helger. Andaktsprogrammen hör fortfarande till de program som lockar flest lyssnare till kanalen.

Radiogudstjänster på finska sändes varje söndag och på kyrkliga helger. Under året sändes sammanlagt 64 evangelisk-lutherska gudstjänster, största delen av dem kl. 10. På programplatsen kl. 11 sändes turvis fria kyrkosamfunds och församlingars, ortodoxa och katolska gudstjänster (sammanlagt 56 sändningar).

**Andaktsprogrammen på svenska** på Svenska Yles kanaler har en etablerad tittar- och lyssnarskara och många finskspråkiga tar också del av det svenskspråkiga utbudet. På våren flyttades gudstjänsterna och *Himlalive* till den gemensamma

---

## ANDAKTSPROGRAMMENS SÄNDNINGAR 2017

---

### FINSKSPRÅKIGA

- På radio..... 398 timmar
- På tv ..... 73 timmar

### SVENSKSPRÅKIGA

- På radio..... 141 timmar
- På tv ..... 11 timmar

---

## ANDAKTSPROGRAMMENS PUBLIK I GENOMSnitt 2017

---

### FINSKSPRÅKIGA

- På radio..... 95 000 lyssnare
- På tv ..... 98 200 tittare

### SVENSKSPRÅKIGA

- På radio..... 32 700 lyssnare
  - På tv .....19 600 tittare
-



kanalplatsen Yle Teema och Fem.

Yle Fem sänder tv-gudstjänster främst på julen, påsken och vid stora kyrkliga helger. Under året sändes nio svenskspråkiga gudstjänster, av vilka två var fria kyrkosamfundets gudstjänster. Måndagskvällar sänds halvtimmest programmet *Himlaliv*, där människor dryftar andliga frågor ur ett individuellt perspektiv. Avsnitten sänds i repris på tisdagar. Både gudstjänsterna och *Himlaliv* lockar ungefär lika många tv-tittare som tidigare, samtidigt som *Himlaliv* också har fått fler tittare på Yle Arenan.

Yle Vega sänder radiogudstjänster varje söndag och på kyrkliga helger. Under året sändes sammanlagt 62 radiogudstjänster, däribland 16 fria kyrkosamfundets, ortodoxa och katolska gudstjänster. Gudstjänsterna lockar lika många lyssnare som tidigare.

Morgon- och aftonandakterna *Andrum* och *Aftonandakt* sänds vardagar på Yle Vega. Morgonprogrammet *Ett ord om helgen* på lördagar tar upp söndagens tema, och på söndagar sänds också en aftonandakt. *Andrum* lockade något fler lyssnare under året, medan aftonandakten tappade lyssnare.

### 3.6 PROGRAMUTBUD FÖR UTLANDET

Webbtjänsten Yle Arenan är den viktigaste tjänsten för det finländska programutbud som kan ses i utlandet. Alla Yles radiokanaler kan följas i direktsändning på Yle Arenan, med undantag för den digitala radiotjänsten Yle Mondo. År 2017 kunde ungefär hälften av det totala tv-utbudet på Yle Arenan ses utanför Finlands gränser. Av de inhemska programmen kunde största delen ses överallt i världen på Yle Arenan, och praktiskt taget hela utbudet av nyhets- och aktualitetsprogram.

På grund av upphovsrättsavtal finns det begränsningar på spridningen av till exempel drama och serier utanför Fin-

land. Ibland är det inte alls möjligt att köpa globala visningsrättigheter till internationella program, som utgör nästan hälften av utbudet, eller så blir kostnaderna för höga.

I Sverige kan man se Yles tv-program på samlingskanalen TV Finland i det markbundna nätet och i kabelnät. Signalen från sändarna i Nacka, Västerås och Uppsala kan också ses utan begränsningar inom deras täckningsområden. I Sverige har olika tjänsteleverantörer och operatörer dessutom möjlighet att välja in TV Finland i sitt utbud.

Utbudet på TV Finland sammanställs av utbudet på Yle TV1, Yle TV2, Yle Fem och Yle Teema. Det bjuder på ett brett urval av finländska filmer, dramaserier, aktualiteter, fakta- och debattprogram, barnprogram samt musik och underhållning. År 2017 sände TV Finland 4 706 timmar, vilket var något mindre än året innan (2016: 4 747 timmar).

År 2018 kommer tillgången till Yles utbud att bli märkbart bättre när EU:s portabilitetsförordning börjar gälla. Det innebär att finländare som rör sig inom EU kan ta del av innehållet på Yle Arenan precis på samma sätt som i hemlandet genom att logga in på tjänsten med Yle Profil. Arbetet för att möjliggöra portabilitet av innehåll på Arenan har redan satt igång och kommer att slutföras under 2018.

### 3.7 SÄKERHET, BEREDSKAP SAMT MYNDIGHETSINFORMATION

Det är Yles lagstadgade uppgift att förmedla myndighetsmeddelanden som anges närmare genom förordning och ha beredskap för att sköta televisions- och radioverksamheten under undantagsförhållanden. Yle förbereder sig genom att upprätthålla planer och instruktioner, via förhandsarrangemang samt utbildning och övning.

3.6

3.7



## Säkerhet

Yle utvecklar sin säkerhetskultur för att säkerställa verksamheten vid störningar under normala förhållanden och vid undantagstillstånd. Under 2017 ordnade Yle anpassad utbildning i säkerhetsfrågor och informationssäkerhet till medarbetare i hemlandet och utrikes. Bolagets uppdaterade säkerhets- och utrymningsinstruktioner publicerades på intranätet.

Yle har fortsatt arbetet för att förbättra informationssäkerheten via flera projekt under året. Till dessa hör gemensamma projekt för mediebranschen för att säkerställa driftsäkerheten i krissituationer.

## Beredskap

Yle upprätthåller god beredskap för störningar under normala förhållanden och i undantagstillstånd genom planering, utbildning och övning.

Yle deltog i storövningen Olki 17, där syftet var att träna hanteringen av en olycka på ett kärnkraftverk. Tiotals myndigheter deltog i övningen.

Yle deltog också i övningen Jäätyvä 17 som gick ut på att träna myndigheternas samarbete under exceptionella väderförhållanden. Övningen utgick från en simulering av ett långvarigt avbrott i energiförsörjningen och dataförbindelserna.

Yles egna beredskapsseminarium handlade om beredskap och cyber- och datasäkerhet.

## Myndighetsinformation

Nödcentralverket centraliserade hanteringen av varningsmeddelandena till sin ledningscentral 1 december 2017, vilket ger en enhetligare process för varningsmeddelandena. Nödcentralernas nya datasystem ERICA har fortfarande inte tagits i bruk. Systemet ska automatisera förmedlingen av varningsmeddelanden från nödcentralen till Yle.

Yle har också utrett möjligheterna att använda förvaltningens säkerhetsnät (TUVE) för förmedling av meddelanden från nödcentralerna till Yle och för annan kommunikation med myndigheterna.

## OBEROENDE INHEMSKA PRODUCENTERS ANDEL AV FÖRSTASÄNDNINGARNA AV INHEMSKA PROGRAM 2013–2017, %\*

	YLE TV1	YLE TV2	YLE TEEMA	YLE FEM	TOTALT
2017	15,0	34,6	22,4	41,5	21,9
2016	13,1	42,1	18,1	40,8	22,9
2015	11,8	29,4	26,1	42,4	20,6
2014	11,9	31,8	37,1	52,0	25,8
2013	12,9	34,3	37,8	61,5	30,9

\* exkl. nyheter och sport uppgick antalet timmar 2017 till sammanlagt 2 224 (-167 timmar jämfört med 2016).

### 3.8 INHEMSKA PRODUKTIONS- BOLAGS ROLL I YLES UTBUD

Samarbete med inhemska produktionsbolag utgör ett viktigt element i Yles public service-uppdrag. Yle både köper in och visar färdiga tv- och radioprogram och har innehållssamarbete med produktionsbolag. Dessutom samarbetar Yle med externa parter för att ta fram nya program och programformat. Programinköpen och kompetensspridningen bidrar till livskraften och fortlevnaden i den kreativa branschen som finns utanför bolaget. Produktionsbolagen är vägen in i branschen för många unga förmågor.

Yle har systematiskt ökat inköpen från produktionsbolag de senaste åren. År 2017 köpte Yle in visningsrättigheter från produktionsbolag som verkar i Finland till ett värde av 30,2 miljoner euro, vilket var en ökning på 5,6 miljoner euro jämfört med året innan. Även den parlamentariska arbetsgruppen som lämnade sitt utlåtande sommaren 2016 yrkade på en ökning av inköpen.

Av produktionsbolagen beställer Yle innehåll för olika målgrupper, främst för personer under 45 år. Huvudsakligen är det fråga om program med upplevelser som skapar delaktighet samt innovativa och nydanande projekt.

År 2017 gav de ökade satsningarna på produktionsbolag Yle möjligheter att pröva på nya innehåll. Inom bland annat fakta samt kultur och underhållning ser Yle fram emot nya lanseringar 2018, såsom *Naisia huipulla* ("Kvinnor på toppen") i radio och ett urval av komediserier i tv.

Många program som tagits fram av produktionsbolag har blivit publikfavori-

ter, som *Vid liv 24h* (*Elossa 24h*), Finland är finskt (*Suomi on suomalainen*) eller *Kekkonen*. Program som skapats av produktionsbolag har också rönt erkännande. Långt över hälften av Yles program som tilldelats Venla-pris är beställningsverk från produktionsbolag. Som exempel kan nämnas serierna *Efter stormen* (*Myrskyn jälkeen*), *Soffpotatisarna* (*Sohvaperunat*) och *SuomiLOVE*. Även filmbranschens Jussi-gala var en triumf för Yle då tretton av de sammanlagt femton statyetterna tilldelades filmer där Yle var medfinansier, och som kommer att visas på Yles kanaler under 2018.

Inom ramen för sina programinköp köper Yle visningsrätter för **inhemska filmer** och är en betydande finansier. Nästan hälften av de inhemska långfilmerna görs med stöd av finansiering från Yle.

År 2017 deltog Yle i finansieringen av 13 nya långfilmer. Yles mål är att köpa in filmer som är tidlösa, och att ge möjlighet till att skapa filmer som inte hör hemma i någon kommersiellt intressant nisch. Yles förköp av visningsrättigheterna står ofta för 10–30 procent av den totala finansieringen.

Yle spelar en synnerligen viktig roll när det gäller produktion och visning av inhemska dokumentärer och kortfilmer. På den fronten är Yle det viktigaste mediebolaget som deltar i finansieringen. År 2017 startade exempelvis projektet Short Form, där man ska utveckla kortdokumentärer för spridning i första hand på webben och också i sociala medier. I projektet deltar även Finlands filmstiftelse och Centralen för audiovisuell kultur (AVEK).





# Yles värde för finländarna 4

- ▶ **Finländarna anser att Yle har lyckats väl i sitt public service-uppdrag.**
- ▶ **Yle nådde ut till 76 procent av finländarna varje dag och 93 procent varje vecka.**
- ▶ **Yle Radio Suomi är fortfarande den mest lyssnade radiokanalen och Yle TV1 den mest tittade tv-kanalen i Finland.**

## 4.1 YLE OCH PUBLIC SERVICE-UPPDRAGET

Finländarna värdesätter Yles public service och anser att bolaget är betydelsefullt för samhället. Detta framgår av den årliga kanalimage-undersökningen med vilken Yle två gånger om året följer upp hur bolaget lyckats uppfylla sina strategiska mål.

På skalan 1–10 fick Yles betydelse för samhället betyget 8. Detta är samma resultat som året innan. Yles betydelse i finländarnas egen medieanvändning fick betyget 6,8, vilket var något sämre än tidigare (2016: 7,1). Yles personliga betydelse hade ökat något bland unga kvinnor och minskat något bland över 60-åringar.

Intresset för Yles innehåll och tjänster har ökat i alla åldersgrupper yngre än 60 år. Hos hela befolkningen hade intresset ökat från 76 procent året innan till 83 procent.

Yle nådde ut till 76 procent av befolkningen hösten 2017, vilket är mer än tidigare (2016: 70 %). Veckoräckvidden låg oförändrad på 93 procent. Räckvidden har blivit bättre speciellt bland under 45-åringar, av vilka Yle når 87 procent varje vecka och 54 procent varje dag. Speciellt i den



Herrbasketlandslaget framgångar har gett basketen ett rejält lyft i Finland. Dokumentären Dok: Su-sijengi – koripallohuumaa 2017 tog fasta på basketfenomenet och basketherrarnas supportrar.

Bild: Yle Bildtjänst/Filmus

svårnådda ålderskategorin 15–29-åringar har utvecklingen varit synnerligen positiv. (Kanalimageundersökning, Taloustutkimus, hösten 2017.)

Finländarna anser att Yle överlag har lyckats bra i sitt public service-uppdrag. I undersökningen "Hur värdefullt är Yle för finländarna" fick Yle snittbetyget 4,74 för sitt public service-uppdrag (på skalan 1–6), vilket är på samma nivå som ett år tidigare. Endast tre procent av svarspersonerna ansåg att Yle har skött sitt uppdrag dåligt.

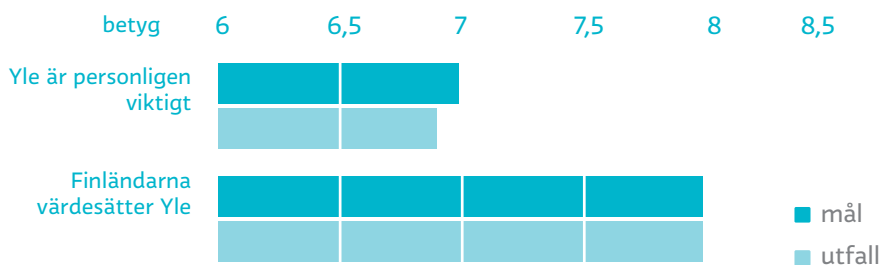
Utredningen kartlägger finländarnas uppfattning om Yle både som samhällsaktör och leverantör av medieinnehåll och -tjänster. Den mäter också uppfattningarna om Yles trovärdighet, företagsansvar, interaktion och finansiering.

I fråga om Yles utbud och tjänster betonar finländarna tillförlitlig information, nyheter och fakta. Finländarna upplever det också som viktigt att de genom Yle kan ta del av inhemskt utbud på sitt modersmål, höja sin allmänbildning och bättre förstå förändringarna i samhället och ute i världen. Till de tio viktigaste faktorerna hörde också

- trygga barnprogram
- tjänster för specialgrupper, som tolkning till finskt teckenspråk och programtextning
- tillgängligt utbud och tillgängliga tjänster
- tillgång till information oberoende av tid och plats
- regionalt och lokalt utbud.

## 4.1

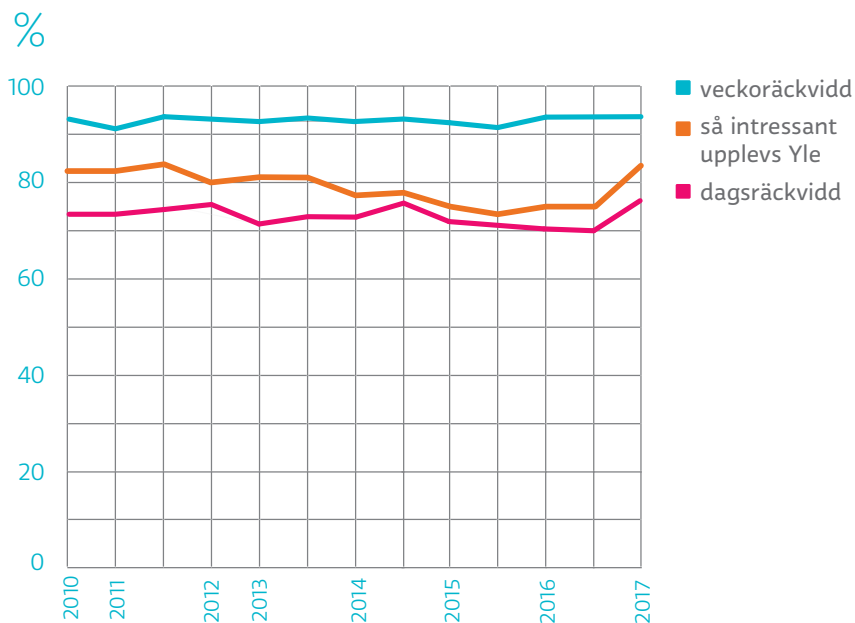
## YLES KUNDMÅL OCH UTFALL 2017



Betygsskalan 1–10

Källa: Kanalimageundersökning/Taloustutkimus; Smartdata och kundinsikt, Yle

## RÄCKVIDD, OCH SÅ INTRESSANT UPPLEVS YLE 2010–2017

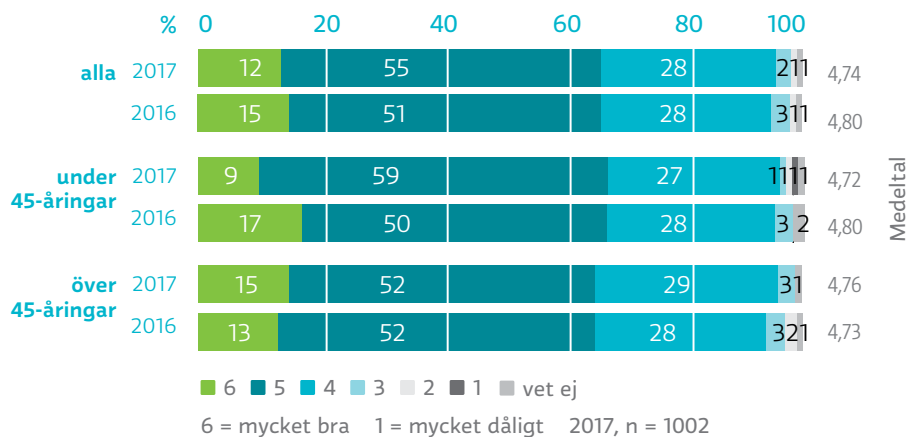


15+-befolkningen

Källa: Kanalimageundersökning/Taloustutkimus; Smartdata och kundinsikt, Yle

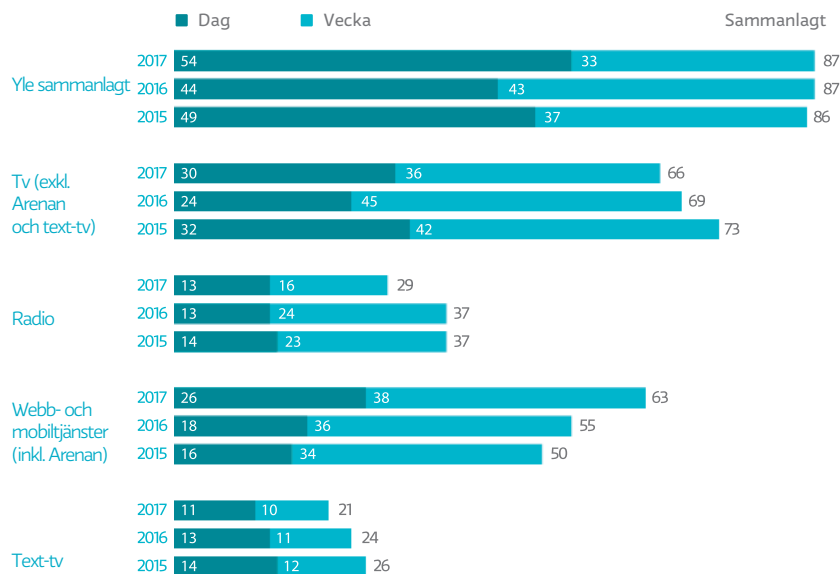
Observera: Från och med våren 2015 ingår också Yles sociala medier i vecko- och dagsräckvidden.

## HUR VÄL HAR YLE LYCKATS I SITT PUBLIC SERVICE-UPPDRAG SOM HELHET 2016–2017



Källa: Hur värdefullt är Yle för finländarna 2017/Taloustutkimus

## RÄCKVIDDEN FÖR YLES MEDIER 15–44-ÅRINGAR, %



Källa: Kanalimageundersökning/Taloustutkimus; Smartdata och kundinsikt, Yle

## 4.2

Alla förväntningar uppfylls inte helt, men enligt svarspersonerna har Yle lyckats bra i de uppdrag som anses viktigast. Yle har lyckats mycket bra med att uppfylla finländarnas förväntningar på att få trovärdig information och ha tillgång till information oberoende av tid och plats.

Finländarna har ett fortsatt starkt förtroende för Yle. Enligt undersökningen "Hur värdefullt är Yle för finländarna" har 80 procent av svarspersonerna mycket stort eller ganska stort förtroende för Yle. Andelen personer med mycket stort förtroende är 24 procent, vilket är en ökning med fyra procentenheter sedan 2015 då frågan ställdes senast. Endast fyra procent svarade att de litar endast litet eller inte alls på Yle.

Svarspersonerna skulle också ange hur mycket de litade på 25 finländska institutioner, däribland Yle samt andra mediebolag, företag och samhällsaktörer. Yle placerar sig på sjätte plats, näst efter universiteten och övriga utbildningsinstanser. Listan toppas av republikens president och polisen.

Av svarspersonerna är 72 procent nöjda med Yleskatten och 76 procent anser att

de får mycket bra eller ganska bra valuta för skattepengarna.

## 4.2 YLES PUBLIK I TV, RADIO OCH PÅ WEBBEN

### Tv

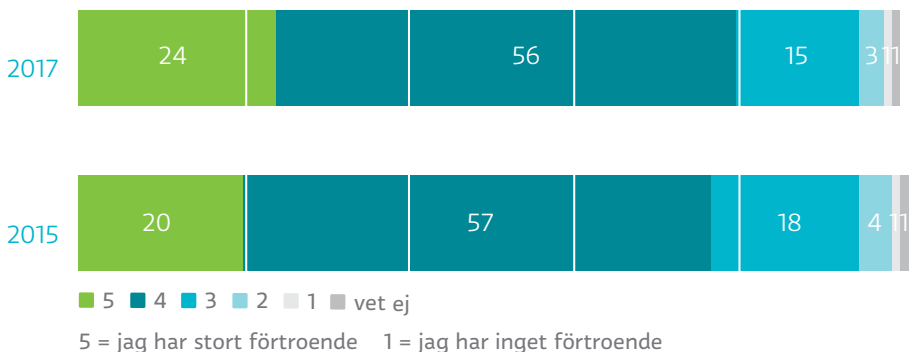
År 2017 nådde Yles tv-kanaler 81 procent av befolkningen och tv totalt nådde 90 procent. I likhet med tidigare år var Yle TV1 Finlands mest tittade kanal med en andel på 29 procent av tittartiden per dygn.

Den dagliga räckvidden för Yles tv-kanaler var 54 procent. Räckvidden för MTV3 var 48 procent, Nelonen Media 42 procent och Discovery Networks Finland 24 procent.

Yles andel av allt tv-tittande var 43,3 procent, vilket var en minskning med 1,5 procentenheter jämfört med året innan.

Flest tittare i Yles utbud hade nyheter, aktualiteter, fakta, sport och utländska serier. Höjdpunkterna inom sporten var skid-VM i Lahtis och friidrotts-VM i London.

## FINLÄNDARNAS FÖRTROENDE FÖR YLE ÅREN 2015 OCH 2017



n=1002

Källa: Hur värdefullt är Yle för finländarna/Taloustutkimus 2017



## TV-PROGRAM MED FLEST TITTARE PÅ YLES KANALER 2017, UTÖVER NYHETER OCH SPORT

### Yle TV1

- *Självständighetsdagen: Fest på slottet*
- *Inför festen (Kohti Linnan juhlia)*
- *Åbo utlyser julfreden (Suomen Turku julistaa joulurauhan)*
- *Självständighetsdagen: Efterfest (Linnan jatkot)*
- *Självständighetsdagsparad (Itsenäisyyspäivän paraati)*

### Yle TV2

- *Finlands idrotts gala (Suomen Urheilugaala)*
- *Gyllene Venla (Kultainen Venla)*
- *Syskonbädd (Siskonpeti): Svart jul (Musta joulu)*
- *Puls (Syke)*
- *Snögubben (Lumiukko)*

### Yle Teema

- *Okänd soldat (Tuntematon sotilas)*
- *Altai på 30 dagar*
- *Kino Suomi: Okänd soldat (Tuntematon sotilas)*
- *Heta från Niskavuori (Niskavuoren Heta)*
- *Niskavuori*

### Yle Fem

- *Case*
- *Vår tid är nu*
- *Maria Lang: Inte flera mord*
- *Solsidan*
- *Nästan unplugged: Jari Sillanpää*

### Yle Arenan

- *Skam*
- *Puls (Syke)*
- *Vov-patrullen (Ryhmä Hau)*
- *Nalle*
- *Greta Gris (Pipsa Possu)*



Serien *Vårt land! (Oi maamme!)* bjöd på kortfilmer som tittare hade skapat utifrån arkivmaterial. Temat för det första avsnittet var humor. Presentatörer var Minna Joenniemi och bloggaren Kasper Strömman.

Bild: Yle Bildtjänst

## RADIOPROGRAM MED FLEST LYSSNARE I YLES KANALER 2017

- Yle Radio Suomi: *Onnen sävel* och *Tarja Närhin Iskelmäradio*
- Yle Radio 1: *Ykkösaamu*
- YleX: *YleX Aamu* och *Poikelus ja Hätönen*
- Yle Puhe: *Politiikkaradio* och *Lindgren & Sihvonen*
- Yle Vega: *God morgon Svenskfinland*
- Yle X3M: *Succémorgon*

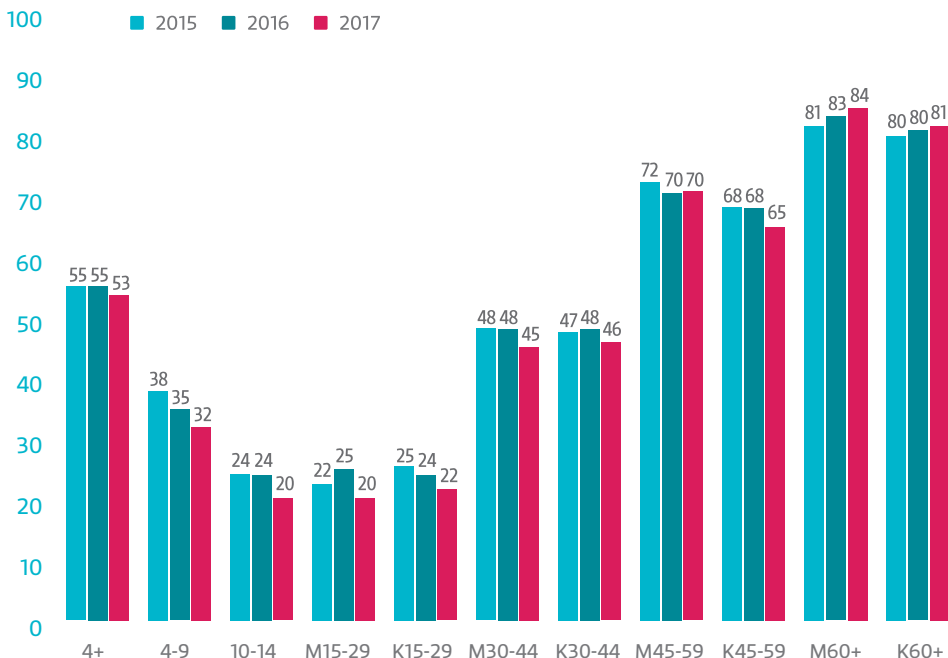
**Yles regionala tv-nyheter** har fortsättningsvis många tittare. År 2017 hade de regionala nyheterna på finska i Yle TV1 kl. 17.06 i genomsnitt drygt 544 000 tittare och sändningen kl. 18.22 hade över 640 000 tittare.

Tittartiden hos den **svenskspråkiga befolkningen i Finland** var i genomsnitt tjugo minuter mindre än hos den övriga befolkningen.

Yles andel av den totala tv-tittartiden var 43 procent och de inhemska kommersiella kanalernas andel var 30 procent. Svenska rundradiobolaget SVT:s andel låg kvar på åtta procent av tittartiden. Även 2017 tittade den svenskspråkiga befolkningen mest på Yle TV1.

Yle Fem nådde ut till 23 procent av de svenskspråkiga finländarna varje dag och

## YLES TV-KANALER, RÄCKVIDD PER DAG ENLIGT ÅLDER, %



Källa: TV-mätarundersökning/Finnpanel; Smartdata och kundinsikt, Yle

54 procent varje vecka. Räckvidden minskade med cirka 10 procentenheter jämfört med året innan.

Den nya kanalplatsen Yle Teema och Fem hade en veckoräckvidd på 38 procent hos den svenskspråkiga befolkningen. Yle Fems andel av allt tv-tittande minskade till 6 procent.

## Radio

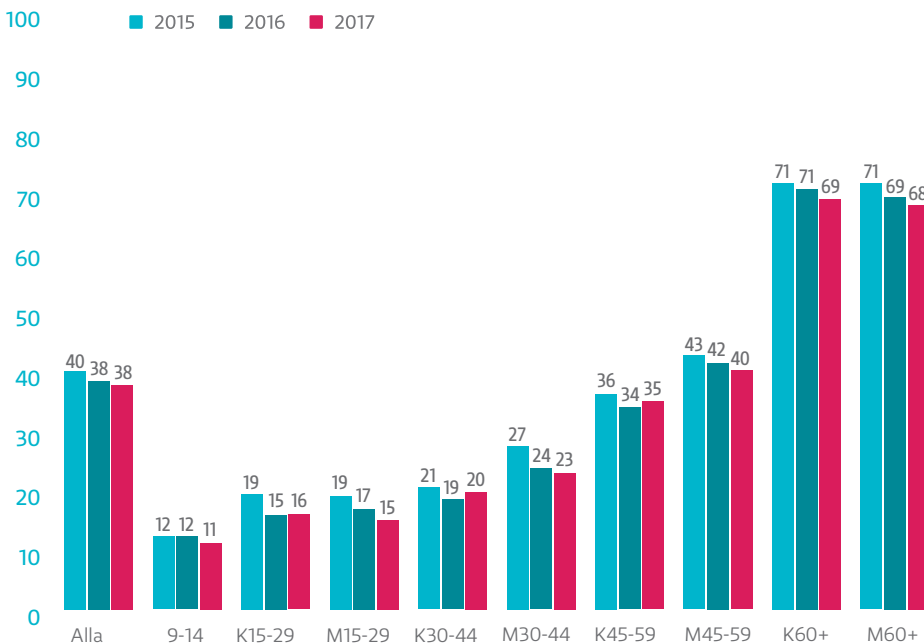
Radiolyssnandet var i stort sett oförändrat. Av befolkningen över nio år lyssnade 93 procent på radio under veckan. Under en genomsnittlig dag nådde radion 74 procent av befolkningen. Räckvidden för Yles radiokanaler var 55 procent per vecka och 38 procent per dag. Jämfört med året innan hade räckvidden minskat något.

Yle hade en lika stor andel av lyssnartiden som året innan, det vill säga 49 procent. Yle Radio Suomi är fortsättningsvis Finlands mest lyssnade radiokanal, med en andel på 31 procent av lyssnartiden.

Som **regionalradio** sänder Yle Radio Suomi både rikstäckande och regionalt utbud i 18 regioner. Dessutom sänder Yle Vega regionala program i fem regioner.

I likhet med tidigare år hade Yle Radio Suomi den bästa räckvidden i Lappland, där 55 procent av befolkningen (2016: 64 %) lyssnade på kanalen varje vecka. Den andra ytterligheten var Tammerfors och Vasa/Seinäjäki-regionen, där Yle Radio Suomi varje vecka nådde 31 procent av befolkningen över nio år. I Helsingfors har

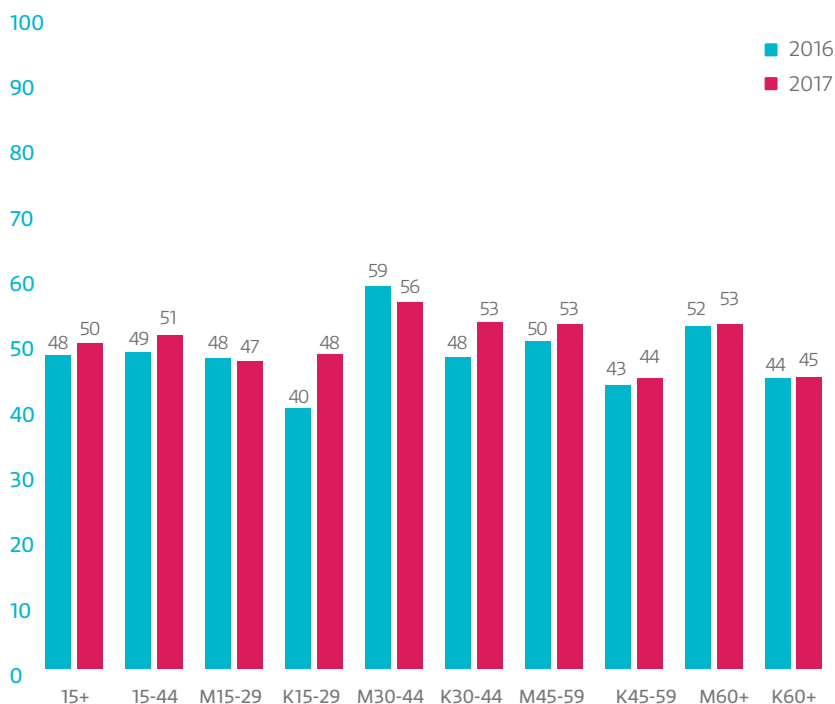
## YLES RADIOKANALER, RÄCKVIDD PER DAG ENLIGT ÅLDER, %



Januari–November

Källa: KRT/Finnpanel; Smartdata och kundinsikt, Yle

## YLES WEBBTJÄNSTER, RÄCKVIDD PER DAG ENLIGT ÅLDER, %



Källa: iClick/TNS Metrix; Smartdata och kundinsikt, Yle

Yle Radio Suomi också en räckvidd på 31 procent, och det största antalet lyssnare, det vill säga 460 000 lyssnare per vecka.

Radion är fortfarande viktig för den **svenskspråkiga befolkningen**. År 2017 var radions räckvidd bland svenskspråkiga finländare över nio år 93 procent varje vecka och 77 procent varje dag. Jämfört med året innan ökade lyssnartiden med fem minuter.

Yles kanaler har en stor andel av lyssnartiden, 73 procent. Även 2017 var Yle Vega den mest lyssnade kanalen och den ökade sin del av lyssnarna från 50 procent till 53 procent. Yle Vega är den enda finländska kanalen som också har regionala sändningar på svenska.

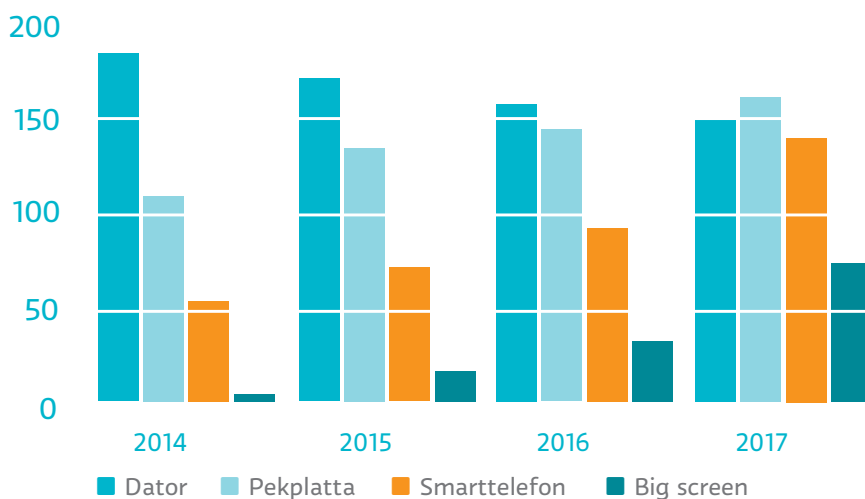
Räckvidden för Yle Vega hos den svenskspråkiga befolkningen var 56 procent per vecka och 42 procent per dag. Veckoräckvidden för ungdomskanalen Yle X3M minskade något och låg på 29 procent. I sin målgrupp av 15–24-åringar nådde Yle X3M ut till 52 procent varje vecka (2016: 56 %).

### Webbtjänster

År 2017 nådde Yles webbtjänster varje dag 20 procent av de över 15-åriga webb-användarna i Finland – vilket motsvarar i genomsnitt 714 000 personer. Andelen är mindre än för Sanomas eller Almas webbtjänster, som nådde en tredjedel eller fler

## STARTER PÅ YLE ARENAN PÅ OLIKA APPARATER 2014–2017

milj.



Arenans aod- och vod-starter, 1.1–31.12

Källa: DAX/comScore; Smartdata och kundinsikt, Yle

av webbanvändarna varje dag. Siffrorna baserar sig på panelundersökningen TNS Metrix som omfattar de finländska webbaktörer som har en mätkod på sin webbplats. Yles webbtjänster nådde i genomsnitt 50 procent av webbanvändarna i Finland varje vecka.

Under 2017 gjordes totalt över 865 miljoner besök på Yles webb- och mobiltjänster, vilket var en ökning med cirka 30 procent jämför med året innan. På Yle Arenan gjordes 525 miljoner starter, antingen för videoprogram och inslag, audioprogram och -inslag eller för live radio- och tv-sändningar – alltså i genomsnitt nästan 1,5 miljoner starter per dag. Det innebär en ökning med nästan hundra miljoner.

### 4.3 UPPFÖLJNING AV PUBLIKRESPONS OCH INTERAKTION MED INTRESSEGRUPPER

Finländarna har möjlighet att kontakta Yle och ge direkt respons på många olika sätt – per e-post, telefon, på webben och också i sociala medier.

Yle får cirka 40 000 meddelanden per vecka, vilket sammantaget gör över 2 miljoner meddelanden per år. Endast en bråkdel av responsen statistikförs eftersom största delen av kontakterna – nästan 90 procent – sker via sociala medier. Utöver respons till enheterna, via tjänsterna, till bolagets konton i sociala medier och bolagets e-postadresser får också

## 4.3

medarbetare respons till sina personliga adresser.

År 2017 tog Yle emot cirka 122 000 statistikförda kontakter per telefon, e-post eller på webben. Mängden respons har ökat år för år, även om ökningen planade ut 2017.

Största delen av den statistikförda responsen gällde programmen och Yle Arenan. Svenska Yle mottog 3 800 responsmeddelanden på svenska. Cirka 6 500 meddelanden gällde teknisk respons om radio- och tv-sändningarna. Yle Profil var orsaken till cirka 2 700 kontakter.

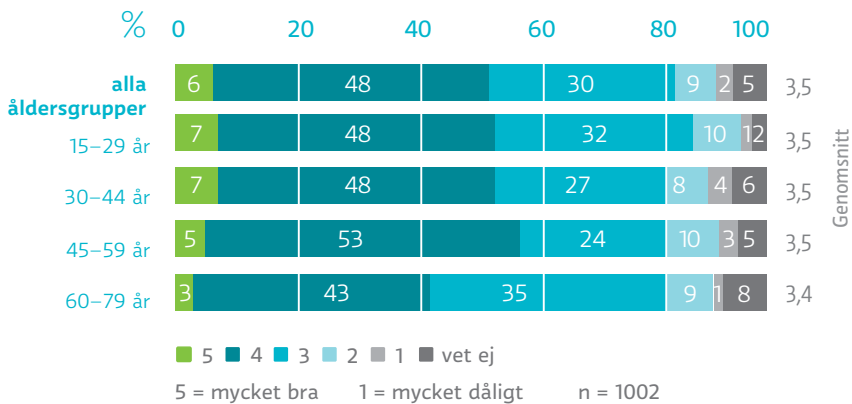
Tolv procent av responsen var önskemål om program och repriser – vilket var dubbelt mer än året innan. I likhet med tidigare år gällde responsen till enskilda program oftast *A-studio*, nyhe-

terna och *Yles morgon-tv (Ylen aamu-tv)*. Bland serierna fick norska *Skam* och inhemska *Soffpotatisarna (Sohvaperunat)* gott om respons.

Yle för en dialog med intressegrupper även på många andra sätt, bland annat i samband med programproduktion. Åsikterna som samlas in genom undersökningar, medborgardiskussioner, intervjuer och användarpaneler integreras i Yles strategiarbete och innehållsplanering.

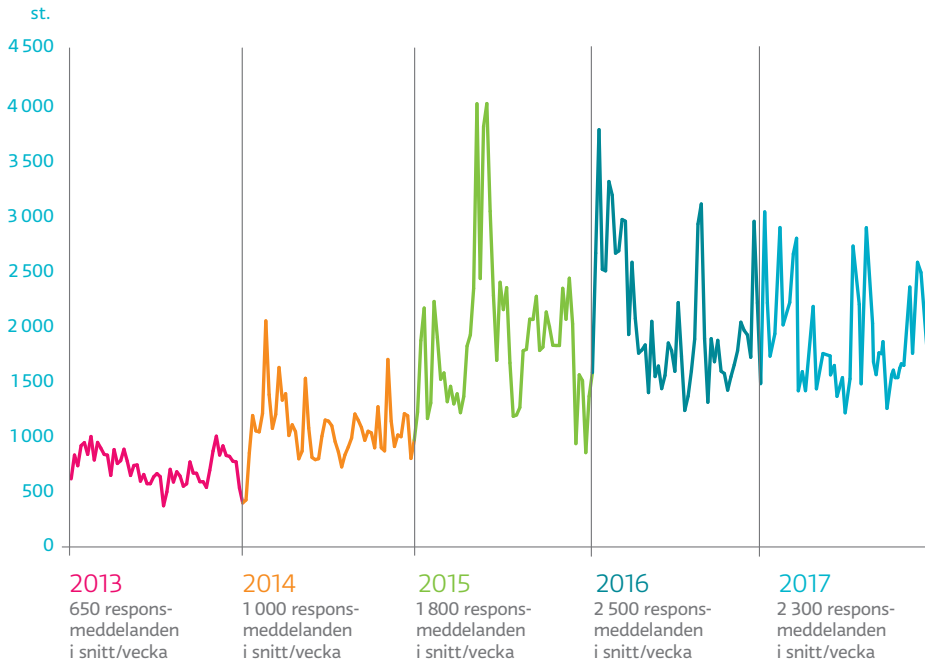
Hösten 2017 inrättades en helt ny befattning, nämligen publikombud. Yles första publikombud är Sami Koivisto, som tillträdde i början av november. Då ändrades också titeln till chef för publikdialog. Fokus i uppgiften ligger på att öka öppenheten i Yles verksamhet och stärka dialogen mellan bolaget och publiken.

## HUR VÄL HAR YLE LYCKATS I INTERAKTIONEN MED FINLÄNDARNA 2017?



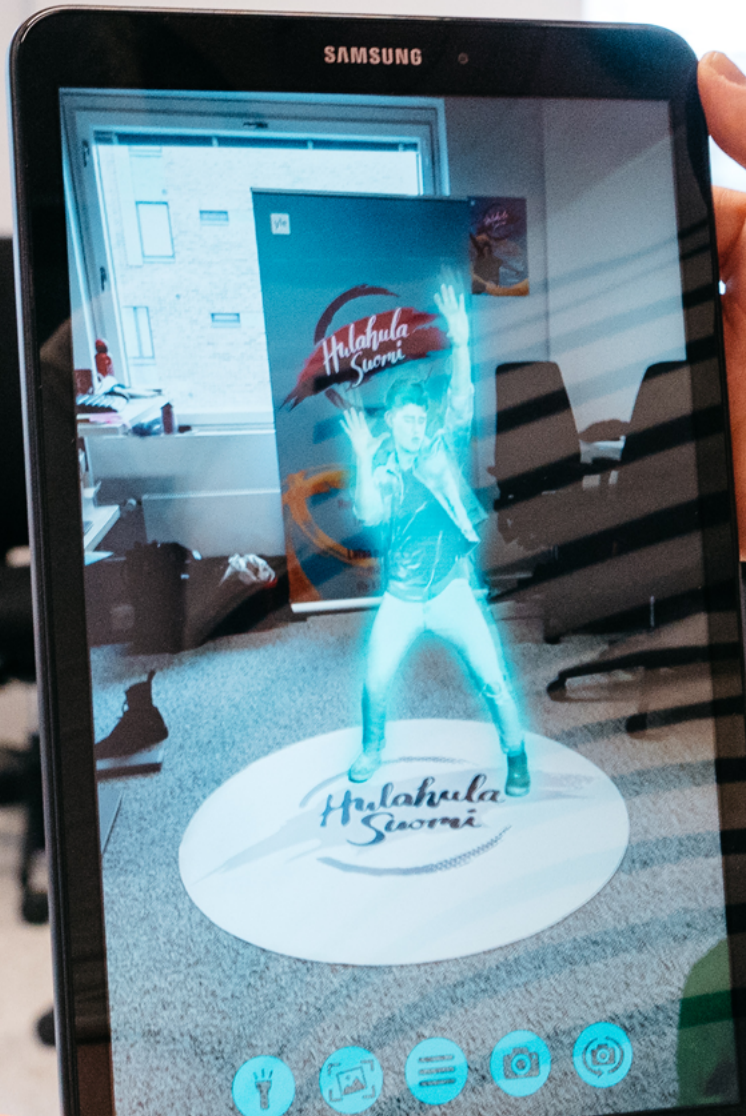
Källa: Hur värdefullt är Yle för finländarna 2017/Taloustutkimus

## ANTAL RESPONSMEDDELANDEN\* PER VECKA 2013–2017



\*Respons som kommit till program- och Arenaresponsen  
Källa: Salesforce/Smartdata och kundinsikt, Yle





# Yles verksamhet: utveckling och principer

- ▶ **Yle styr resurser till nytt innehåll och webbtjänster.**
- ▶ **Samarbetet mellan Yle och kommersiella medier framskred genom nya försök.**
- ▶ **Yle svarar på förändringarna i arbetskulturen och digitaliseringen genom personalutveckling.**

## 5.1 UTVECKLING AV VERKSAMHETEN

Yle har målmedvetet fortsatt utvecklingsarbetet för att kunna svara på den ökande diversifieringen i medieanvändningen och de nya skyldigheter som ändringar i lagstiftningen medför.

Yle hade i oktober 2016 startat ett omfattande förnyelseprogram som omfattar alla innehållsgenrer samt utgivning och produktion. Arbetet med att genomföra programmet fortsatte 2017. Genom förnyelserna vill Yle ytterligare höja kvaliteten och effektiviteten.

År 2018 kommer Yle att styra cirka 25 miljoner euro till nytt innehåll, utveckling av webbtjänsterna och investeringar som stöder dessa.

Yles fokus de närmaste åren är att nå bättre ut till publikkategorin under 45 år



Serien *Hulahula Finland* (*Hulahula Suomi*) lockade finländarna att dansa tillsammans på midsommarafton till tonerna av låten *Hulahula* av Robin. Deltagarna kunde också träna koreografin med hjälp av förstärkt verklighet.

Bild: Ilmari Fabritius/Yle

samt att locka nya användare i kategorin 15–29-åringar till sina tjänster. Ambitionen är att öka såväl Yles betydelse som användningstiden för Yles innehåll i dessa ålderskategorier. Samtidigt sköter Yle sitt public service-uppdrag genom att ta fram och utveckla uttrycksformer och utgivningsätt.

Yle fortsätter testa nya tekniska lösningar. Yle driver tankesmedjan och nätverket Yle Beta som kreerade tekniska innovationer för mediebranschen och finansierade lovande försök med artificiell intelligens, robotik, röststyrning, virtuell verklighet och förstärkt verklighet under 2017.

Bolaget deltar i det treåriga EU-projektet MeMAD som startade i början av 2018. Projektet ska ta fram metoder för användning av artificiell intelligens inom mediebranschen, speciellt avseende analys av videomaterial samt som stöd vid översättning och textning.

Dessutom undersöker Yle möjligheter att utnyttja ny trådlös teknik, som 5G, för produktion och distribution av medieinnehåll. Yle medverkar tillsammans med företag, forskningsinstitut och högskolor i samprojektet Wireless for Verticals

## 5.1

(WiVe) där man testar nya tekniska lösningar. Yle samarbetar också med andra parter för att undersöka på vilka sätt förstärkt verklighet och virtuell verklighet kan användas då innehåll skapas och konsumeras.

Yle fortsätter att internt satsa på att utveckla arbetskulturen och på faktabaserat ledarskap. Man vill bland annat stärka kompetensen för att kunna utnyttja data i stor omfattning och transparent i hela bolaget.

Yle inför en fortlöpande process för planering, prognostisering och beslutsfattande i fråga om uppbyggnad av utbudet. Det medger en mer flexibel och effektiv styrning av resurserna under året. I detta syfte har bolaget implementerat ett nytt system för innehålls- och produktionsplanering. En ny molntjänst för ekonomi- och anskaffningshantering togs i bruk hösten 2017.

Yle fortsatte förberedelserna inför övergången till högupplösta (HD) sändningar i det markbundna nätet i mars 2020, då de standardupplösta (SD) sändningarna upphör. Övergången till HD slutfördes inom produktionstekniken under 2017 och alla nyhets- och sportsändningar börjar sändas i HD i januari 2018.

Yle fortsätter att minska antalet verksamhetslokaler och effektiviserar användningen av lokaler vilket frigör resurser för den övriga verksamheten. Ombyggnaden av lokalerna i Böle framskrider enligt planerna och målet är att renoveringarna ska vara klara före 2020. Meningen är att Yle framöver ska verka i fastigheter som bolaget äger endast i Böle i Helsingfors. I alla andra lokaler är bolaget hyresgäst.

tion och teknik. Bolaget har också ett nära samarbete med läroanstalter, högskolor och organisationer. Yle väljer sina samarbetspartner utifrån public service-uppdraget och de därtill hörande värderingarna.

Partnersamarbetet och samarbetet har som mål att stärka livskraften i den kreativa sektorn och förutsättningarna för den inhemska innehållsproduktionen, utveckla kompetensen och främja den tekniska utvecklingen inom mediebranschen.

Samarbetet bygger också på den nya Yle-lagen enligt vilken bolaget genom sin verksamhet ska främja yttrandefriheten, högklassig journalistik och mångfald inom medierna.

### *Samarbete med kommersiella medier*

I enlighet med riktlinjerna framlagda av den parlamentariska arbetsgruppen inledde Yle 2016 en utredning om samarbete med de kommersiella medierna. Förhandlingarna gick framåt under 2017 och Yle inledde flera samarbetsförsök med kommersiella mediebolag.

Möjligheterna för samarbete diskuterades på två möten med Yle och bland annat Sanoma, Alma Media, Lännen Media, Keski-suomalainen, Kaleva, STT, Karjalainen, KSF Media och Maaseudun Tulevaisuus. Yle har dessutom fört diskussioner med enskilda kommersiella tidningar.

Som en ny samarbetsform började Yle i början av 2017 lägga in länkar på sina webbsidor till motsvarande innehåll i andra medier. Det främsta kriteriet för länkningen är att källan ska vara tillförlitlig. Dessutom ska källorna vara relevanta, ge ett mervärde och ha en journalistisk grund. Förvaltningsrådet behandlade Yles principer för länkning av innehåll i oktober 2017.

I samband med förhandsprövningen på våren konstaterade förvaltningsrådet att länkning gör det möjligt för kommer-

## 5.2

### 5.2. PARTNERSKAP OCH SAMARBETE MED ÖVRIGA MEDIER

Yle utvecklar sin verksamhet genom olika slags partnersamarbete inom såväl utvecklingen av innehållet som distribu-



siella medier att öka räckvidden. Utöver de journalistiska kriterierna ska Yle vid länkning se till att alla kommersiella aktörer behandlas på lika villkor.

I november 2017 återvände Yle som kund till FNB för ett år. Dessvärre lade FNB vid årsskiftet ner den svenskspråkiga tjänsten som Svenska Yle hade använt.

Ett nytt samarbetsexperiment gav för kommersiella medier möjlighet att använda sig av Yles valkompass i samband med kommunalvalet våren 2017. I försöket deltog KSF Media, Uusi Suomi, Maaseudun Tulevaisuus och Suomen Kuvalehti. Varje mediehus kunde komplettera valkompassen med egna frågor och lägga in den på sin webbplats. Dessutom ordnade Yle och några regionala tidningar gemensamma lokala valdebatter och valvaker.

I svenska Österbotten genomförde Yle Österbotten och HSS Media tillsammans en publikundersökning inom ramen för ett omfattande innehållsprojekt.

Inom sporten arbetar Yle aktivt för att främja samarbetet med kommersiella

aktörer bland annat genom att köpa in innehåll och dela på visningsrätterna på ett sätt som gynnar båda parter. År 2017 uppgick värdet på samarbetet till flera miljoner euro. Till de största samarbetsavtalen hör utlicensiering av visningsrätter för vintersport till MTV, ett pilotkoncept med Viasat som bjuder på bollsport på högsta nivå samt pilottestning av samarbete kring sportresultat med Keskuomalainen.

Under hösten fördes preliminära förhandlingar om nya samarbetsformer inom bland annat utnyttjande av tekniska lösningar. Yle kommer att ge ut resultatserverboten Voitto som öppen källkod. Likaså kommer arbetet med att utveckla valkompassen och resultatservericen vid val att fortsätta.

Diskussioner har också förts om att eventuellt inleda samarbete på andra områden, till exempel inom utvecklingen av Yle Profil, en gemensam metadata-tjänst och sportresultatserven.

Yle har i flera år samarbetat med kommersiella mediebolag genom intresseföretaget Media Metrics Finland (MMF)



Yle samarbetade med andra mediehus i samband med kommunalvalet 2017. Man samordnade frågorna i valkompassen och ordnade gemensamma valdebatter och valvaker. Programledare på Svenska Yles stora valdebatt var Fredrik Wahlström och Bettina Sågbom.

Bild: Jyrki Valkama/Yle Bildtjänst

som tar fram metoder för mätning av medieanvändning. Yle är med i organet Finnish Internet Audience Measurement, som grundades i början av 2017 för att främja samordnad användning av data om onlinepubliken i Finland.

Yle samarbetar också med andra parter för att höja profilen för audio. Radiosektorns gemensamma tjänst Radiot.fi växer kraftigt. En ny app som ska testas under 2018 är den första medietjänsten med röststyrning på finska. Tv-sektorns samarbete i tjänsten Teevee.fi har lagts ner och utvecklingsinsatserna riktas istället till de enskilda tjänsterna Katsomo, Yle Arenan och Ruutu.

Yle och representanterna för de kommersiella medierna har kommit överens om fortsatta kontakter för att kartlägga möjligheterna att förnya samarbetsformer och utvecklingsprojekt inom mediebranschen.

## 5.3

### 5.3 SAMHÄLLSANSVAR I YLES VERKSAMHET

## 5.4

Yle axlar ett omfattande samhällsansvar genom sitt public service-uppdrag. Genom sitt mångsidiga utbud av innehåll och tjänster skapar Yle mervärde för samhället och stöder livskraften hos olika befolkningsgrupper, regioner, språk och kulturer samt medborgarnas delaktighet och jämlikhet.

Ansvariet omfattar också etiska arbetsätt, det ekonomiska ansvaret för effektiv användning av Yleskatten samt Yles betydande sysselsättande roll inom den kreativa sektorn.

Yle har infört etiska riktlinjer (Code of Conduct) för hela bolaget samt ett compliance-program för ansvarskännande verksamhet, som ska säkerställa efterlevnaden av lagar, normer och etiska riktlinjer. Bolaget har främjat programmet bland annat genom att ordna utbildning för personalen.

Compliance-funktionen bistås av en etisk grupp som inledde sitt arbete i bör-

jan av 2017. Gruppen består av chefen för compliance, HR-, strategi- och kommunikationsdirektören, en representant för affärsenheterna, en personalrepresentant och chefen för riskhantering.

Yle använder sig också av Den etiska kanalen genom vilken medarbetare vid behov kan anmäla uppdagade eller miss-tänkta fall av missbruk. Mycket få incidenter har rapporterats via kanalen.

Yle har uppdaterat sitt miljöprogram för 2017–2020. Programmet fokuserar speciellt på energieffektivitet, minskning av utsläppen från resor samt effektivare avfallshantering och återvinning. Yle följer WWF:s miljöprogram Green Office i sina kontor och är medlem i Finlands ledande nätverk för företagsansvar FIBS.

Yles samhällsansvar behandlas mer ingående på <http://svenska.yle.fi/bolaget>. Mer information om compliance-verksamheten och de etiska principerna finns också i Yles Rapport om förvaltnings- och styrsystemet.

### 5.4 OBEROENDE OCH VERKSAMHETSPRINCIPER

Yles utgivning och innehållsproduktion baserar sig på Yles värderingar: trovärdighet, oberoende och respekt för människan samt på de etiska principerna inom mediebranschen, det vill säga Journalistreglerna. Utöver dessa allmänna principer styrs bolagets verksamhet av Yles etiska regler för program- och innehållsproduktion (EPI-reglerna).

Yles styrelse utser enligt yttrandefrihetslagen ansvariga redaktörer som leder och övervakar det redaktionella arbetet och ser till att Yle i sin innehållsproduktion och utgivning följer lagen, Yles värderingar och de etiska riktlinjerna.

Ansvariga redaktörerna har regelbundna möten där de kommer överens om gemensamma riktlinjer och utvecklingen av de journalistiska processerna. Chefen för journalistisk standard och etik på Yle samt bolagets jurister bistår

de ansvariga redaktörerna vid behov vid ledningen av ansvarsfull verksamhet.

Journalistakademien, som inledde sin verksamhet i början av 2018, ska medverka till att säkerställa Yles journalistiska oberoende. De ansvariga redaktörerna har kompletterat EPI-reglerna med tydligare formuleringar som säkerställer Yles oberoende även vid försök till politisk påtryckning. Bolagets styrelse antog ändringarna i EPI-reglerna i november.

Självregleringsorganet Opinionsnämnden för massmedier (ONM) bedömer från fall till fall om utgivaren har agerat enligt god journalistisk sed. Nämnden kan också instruera branschen genom principförklaringar om centrala etiska frågeställningar inom journalistik. Yle är en av aktörerna som hör till ONM och har förbundit sig att följa Journalistreglerna.

År 2017 fattade ONM fjorton beslut som gällde Yle. I sex fall var beslutet fällande och i åtta fall friande. Yle fälldes i

fall som gällde bland annat upplåtande av befogenhet att fatta journalistiska beslut, korrigerande av fel, sanningsenlig informationsförmedling, smyg reklam och källkritik. ONM:s beslut gällande Yles finskspråkiga nyhets- och aktualitetsverksamhet och Yles interna omorganisering behandlas i avsnitt 3.1.

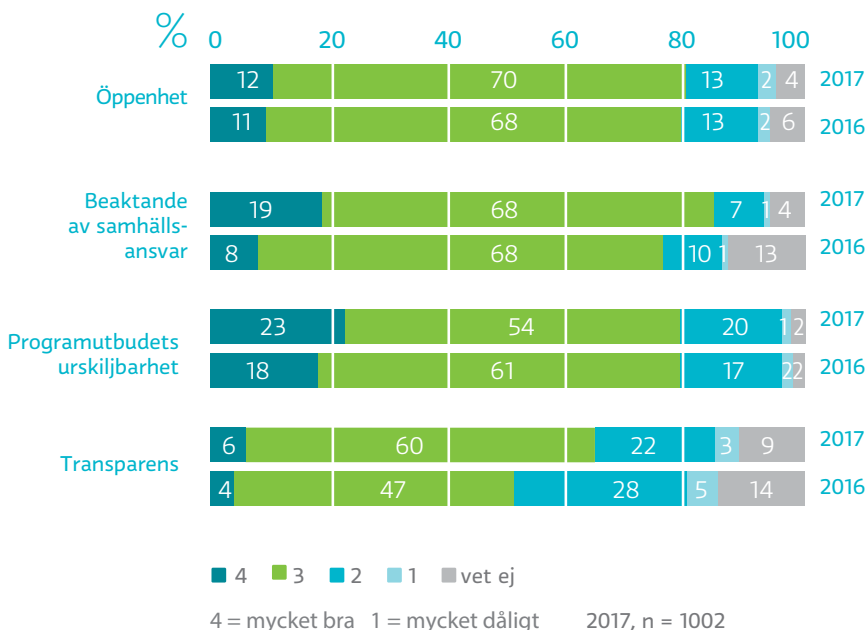
## 5.5 PERSONALENS UTVECKLING

# 5.5

### Personalens kompetensutveckling och arbetshälsa

Digitaliseringen spelar en stor roll i utvecklingen av personalens kompetens. År 2017 låg fokus på organisering av arbetet i nätverk, kollaborativt lärande och utveckling av verksamheten genom att testa nytt och att lyssna på publiken. Flera hundra medarbetare på Yle deltog i coaching och evenemang för en smidig arbetskultur.

## YLES ANSVAR INOM OLIKA DELOMRÅDEN 2016–2017



Källa: Hur värdefullt är Yle för finländarna 2017/Taloustutkimus

Utvecklingsinsatserna fokuserade också på journalistisk kompetens och chefsfärdigheter. Arbetsrotation kommer att användas också framöver i allt större utsträckning för att främja nytänkande. Noga övervägd extern rekrytering användes också för att stärka kompetensen, speciellt inom digitala färdigheter.

På styrelsens beslut startade Yle våren 2017 ett arbetshäloprogram för hela bolaget där man fastställde målen, ansvarsfördelningen och indikatorerna för arbetshälsa samt de viktigaste åtgärderna för bättre arbetshälsa.

Personalens uppfattningar om vardagen, arbetsklimatet samt chefsarbetet och ledarskapet undersöktes på hösten genom enkäten En bra dag på jobbet. Totalbetyget steg något jämfört med året innan och var 3,74 på skalan 1–5.

### **Antal anställda och anställningar**

Yles personalstyrka minskade under 2017 bland annat till följd av omläggning av organisationen och pensionsavgång. Vid utgången av året hade Yle 2 786 personer i fast anställning med månadslön, vilket var en minskning med 165 personer jämfört med personalstyrkan vid utgången av 2016. Månads- och timanställningarna

utgjorde i genomsnitt 3 119 årsverken, vilket är 150 mindre än året innan.

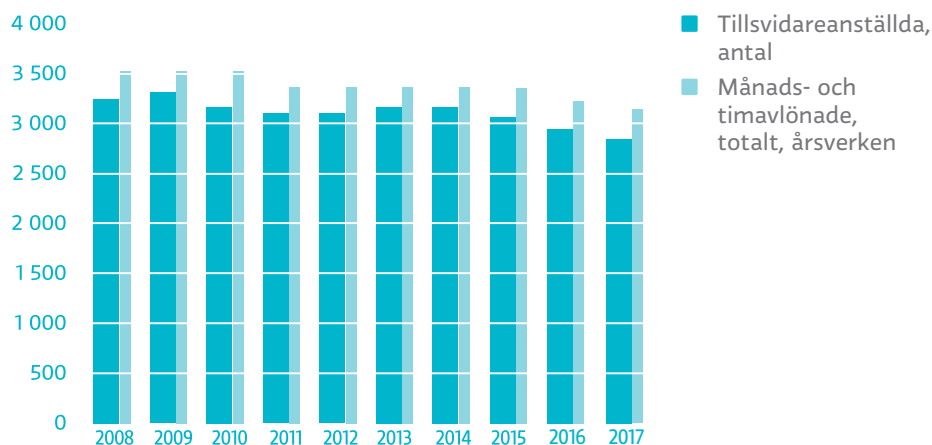
Under året omfattades praktiskt taget alla enheter av samarbetsförhandlingar som berörde hundratals medarbetare. De mest omfattande förhandlingarna genomfördes inom Yle Produktion och Design med anledning av den ändrade verksamhetsmodellen för produktions-tjänster. Förhandlingarna ledde till en minskning av personalstyrkan inom YTD med totalt 115 personer. Cirka 60 av dem sades upp av produktions- och ekonomiska orsaker och de övriga nedskärningarna verkställdes genom pensionering eller övergång till andra uppgifter inom bolaget. En del av personalnedskärningarna genomförs under 2018.

De övriga samarbetsförhandlingarna berodde huvudsakligen på ändringar i uppgifter och organisationen till följd av verksamhetsreformerna i enheterna. Inom Svenska Yle berörde uppsägningar sju personer, som nästan alla kunde erbjudas nya uppgifter senare.

År 2017 sades sammanlagt 70 personer upp på grund av produktionsorsaker och ekonomiska orsaker.

Personalstyrkan torde vara ungefär oförändrad 2018.

### **YLES PERSONALUTVECKLING 2008–2017**





## Jämställdhet och jämlikhet

Yle har i tiotals år arbetat för jämställdheten och arbetet har gett bra resultat. Kvinnornas andel av den fast anställda personalstyrkan är 49 procent. Bland redaktörerna och producenterna är kvinnornas andel cirka 55 procent. Det finns några små yrkesgrupper som fortfarande är uttalat kvinno- eller mansdominerade. Att korrigera situationen är svårt eftersom det oftast är fråga om uppgifter till vilka det inte på länge har rekryterats nya medarbetare.

På programarbetarnas kollektivavtalsområde, som omfattar 2 400 medarbetare, är kvinnornas snittlön 99,5 procent av männens snittlön. Inom hela personalen är motsvarande andel 96,2 procent.

Yle uppdaterade bolagets jämlikhets- och likabehandlingsplan under 2017. Yle främjar jämställdheten genom att se till att kvinnor och män behandlas lika i synnerhet vad gäller rekrytering, intern arbetsrotation och lönebeslut.

Bolaget har nolltolerans vad gäller mobbning och annat osakligt beteende på arbetsplatsen. Det finns förebyggande verksamhetsmodeller och tillvägagångssätt för hur man ska handskas med problematiska situationer.

Yle har inrättat ett nytt praktikprogram för att främja den kulturella mångfalden bland sina medarbetare. De tre målgrupperna för programmet är ungdomar som gått ut skolan men saknar yrkesutbildning, ungdomar med invandrarbakgrund och ungdomar med funktionsnedsättning. Avsikten är att under året ta in fem praktikanter från varje grupp och på så sätt underlätta rekryteringen av personer med olika bakgrund. Den avlönade praktikens längd är 1–2 månader.

## Premiering

När det gäller premiering följer Yle i alla avseenden direktiven för statsägda bolag. Styrelsen tillsätter ett utnämningsutskott som bereder premieringsärenden för styrelsen och styrelsen godkänner målen och utfallet. Premieringen bygger på öppenhet, rimlighet och goda resultat. Syftet med premieringen är att bidra till att de strategiska målen ska uppnås.

Yles samtliga anställda omfattas av ett resultatpremie-system som bygger på uppställda mål och fastställda mätare.

År 2017 hade sammanlagt 184 direktörer och chefer personliga styrkort. Den maximala premien som betalas utifrån styrkortet var för bolagets ledningsgrupp fortfarande ett belopp som motsvarar 15 procent av årslönen och för cheferna 8 procent av årslönen.

De övriga medarbetarna omfattades 2017 av ett teamkortssystem. Cheferna ansvarar för att de i teamkorten fastställda målen stöder såväl bolagets strategi som enheternas mål som utgår från strategin. Varje medlem i ett team kan premieras med högst 1 200 euro. Dessutom kan en specialpremie betalas för en exceptionellt god arbetsprestation.

Resultat- och teamkortspremierna betalas enligt hur väl målen uppnåtts året innan. År 2017 betalades totalt 2 583 094 euro i premier. Teamkortspremierna uppgick till 1 757 149 euro. Det totala premiebeloppet låg på samma nivå som tidigare år och uppgick till 1,4 procent av bolagets hela lönesumma.

De tvååriga kollektivavtalen för Yles personal tecknades 1 december 2017. Lönehöjningarna var i linje med den allmänna utvecklingen.



# Yles finansiering, kostnadsstruktur och förvaltning

## 6

- ▶ **Yles resultat visade en vinst på 6,9 miljoner euro.**
- ▶ **Yles totala intäkter uppgick till 475 miljoner euro. Yleskattens andel av intäkterna var 461,8 miljoner.**
- ▶ **Yle använde 364,5 miljoner på innehåll och tjänster, vilket motsvarar 78 procent av alla kostnader.**

### 6.1 YLES FINANSIERING OCH INTÄKTER

Yle höll ekonomin i balans 2017 och gjorde en vinst på 6,9 miljoner euro under räkenskapsperioden. Förlusten under föregående år uppgick till 2,9 miljoner euro. Vinsten var något större än förväntat, bland annat på grund av att vissa utvecklingsprojekt har förlagts till en senare tidpunkt. Enligt förvaltningsrådets riktlinjer ska variationerna i resultatet ta ut varandra. Behovet av variation uppstår främst vartannat år till följd av återkommande stora idrottsevenemang.

Yles omsättning var 472,3 miljoner euro, vilket var en ökning med 0,3 procent jämfört med året innan. Intäkterna uppgick sammanlagt till 475,0 miljoner euro. Yleskattens andel av intäkterna var 97,2 procent, eller 461,8 miljoner euro. Beloppet var detsamma som under de tre föregående åren, eftersom ingen indexhöjning hade gjorts i Yles finansiering. De övriga intäkterna var i huvudsak intäkter från försäljning av produkter och tjänster.

### 6.2 UTVECKLING AV KOSTNADSSTRUKTUREN SAMT KOSTNADER

Yles kostnader och avskrivningar var 467,9 miljoner euro (år 2016: 476,1).

Personalkostnaderna uppgick till 222,6 miljoner euro (232,1) och motsvarade 47,6 procent av samtliga kostnader. Jämfört med året innan minskade personalkostnaderna med 4,1 procent, till följd av personalminskningar och minskade lönebikostnader. Löner och arvoden minskade med 2,6 procent och uppgick till 178,9 miljoner euro (183,7). Pensionskostnaderna var 35,4 miljoner euro (37,4) och övriga lönebikostnader var 8,3 miljoner euro (11,1).

Yle betalade ersättningar för visnings- och upphovsrätter för sammanlagt 88 miljoner euro (82,0). I totalbeloppet ingår upphovsrättsersättningar för inhemska program, upphovsrättsersättningar för musik, upphovsrätts honorar, reprisersättningar och övriga programrelaterade upphovsrättsliga ersättningar. I beloppet ingår också totalt 21 miljoner euro (26,4) i upphovsersättningar för sport och utländska program.

De största posterna i övriga rörelsekostnader var externa köptjänster för 63,6 miljoner euro (61,9). I dessa ingår datatjänster, produktionstjänster, fastighetstjänster, service och underhåll samt övriga tjänster.

År 2017 uppgick Yles investeringar till totalt 19,8 miljoner euro (25,6). Till de största investeringarna hörde renoveringen av Kreativa huset i Böle, inledan-

## 6.1

## 6.2

## FINANSIELLA NYCKELTAL 2017

	2017	2016	2015	2014
<b>VERKSAMHETENS OMFATTNING (MN EURO / %)</b>				
Omsättning	472,3	470,9	467,8	472,9
förändrings-%	0,3	0,7	-1,1	1,5
Övriga rörelseintäkter	2,7	2,3	4,2	2,6
förändrings-%	18,2	-45,9	63,1	-20,0
Kostnader och avskrivningar	467,9	476,1	468,5	480,0
förändrings-%	-1,7	1,6	-2,4	3,3
Balansomslutning	249,2	250,5	258,3	264,5
Bruttoinvesteringar, materiella och immateriella tillgångar	19,8	25,6	21,7	26,9
% av omsättningen	4,2	5,4	4,6	5,7

### LÖNSAMHET (MN EURO / %)

Driftsbidrag *	83,4	74,2	76,0	81,1
% av omsättningen	17,7	15,8	16,2	17,2
Rörelsevinst/förlust	7,0	-2,9	3,6	-4,4
% av omsättningen	1,5	-0,6	0,8	-0,9
Räkenskapsperiodens vinst/förlust	6,9	-2,9	1,3	-4,7
% av omsättningen	1,5	-0,6	0,3	-1,0

### FINANSIERING OCH EKONOMISK STÄLLNING

Quick ratio	0,7	0,5	0,3	0,5
Soliditet %	54,1	51,1	50,7	49,0
Räntebärande främmande kapital (mn euro)	41,2	50,2	55,9	62,5

### PERSONAL

Medelantal årsverken (åv) under året **	3 333	3 490	3 555	3 695
Löner (mn euro) ***	166,6	171,5	173,3	175,5
Arvoden (mn euro) ***	12,3	12,1	11,9	12,9
Löner och arvoden sammanlagt (mn euro)	178,9	183,7	185,2	188,5

$$\text{Quick ratio} = \frac{\text{Rörliga aktiva}}{\text{Kortfristigt främmande kapital}}$$

$$\text{Soliditet} = \frac{\text{Eget kapital}}{\text{Balansomslutning}} \times 100$$

\* Sättet för redovisning av visningsrätter har ändrats för den aktuella räkenskapsperioden. Anskaffningar av visningsrätter som tidigare upptogs bland kortfristiga fordringar redovisas nu bland immateriella rättigheter och de kostnader som hänförs till dem redovisas som avskrivningar.

Ändringen påverkar driftsbidraget. Jämförelsetalen har justerats enligt det nya redovisningssättet.

\*\* Inkluderar tillsvidareanställningar, visstidsanställningar samt arbetsförhållanden som är timavlönade eller enligt prestationsprincipen

\*\*\* Grupperingen av löner och arvoden har ändrats för den aktuella räkenskapsperioden. Jämförelsetalen har justerats enligt den nya grupperingen.



det av projektet Radiostigen som på sikt ska förnya radioenheterna samt projektet för ett verksamhetsplanerings- och ekonomisystem. Yle satsade också betydande summor på utvecklingen av webbtjänsterna.

### 6.3 KOSTNADER PER INNEHÅLLSSEGMENT

År 2017 härrörde största delen av kostnaderna från riksomfattande regionala nyheter och aktualiteter samt från innehållet av kultur och underhållning.

Sportens andel av kostnaderna minskade, eftersom 2017 var ett mellanår för internationella storeevenemang. På grund av ändringar i indelningen av innehållssegmenten och i faktureringsgrunderna är siffrorna inte helt jämförbara med uppgifterna för 2016.

Yles verksamhet har både direkta och indirekta ekonomiska och sysselsättande effekter på den kreativa sektorn. Utöver sin egen personal sysselsätter Yle personer från tiotals olika områden, från programmakare till musiker, tonsättare, manusförfattare, skådespelare och produktionstekniska medarbetare.

Samarbetet med olika aktörer och inköpen från partner inom innehållspro-

duktion skapar arbetstillfällen för tusentals proffs varje år. År 2017 betalade Yle frilansarvoden till ett belopp av 14,5 miljoner euro och utöver detta upphovsrättsersättningar till privatpersoner 2,0 miljoner euro. Sammanlagt utbetalades ersättningar till 5 200 personer. Största delen arbetade med programproduktion.

Som producent av digitala tjänster köper Yle produkter och tjänster inom ICT, såväl serverutrymme som mjukvaru- och konceptutveckling.

## 6.3

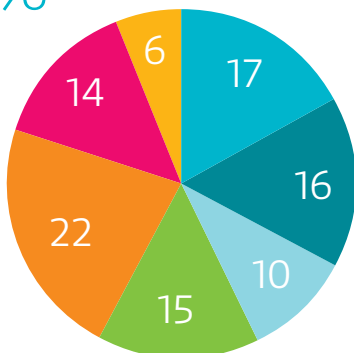
#### YLES SYSSELSÄTTANDE EFFEKT

##### Yle använde:

- cirka 90 procent av pengarna för programproduktion på inhemskt innehåll
- 85,8 miljoner euro på upphovsrättsersättningarna för program och musik samt på upphovsersättningar
- 63,6 miljoner euro på inköp av tjänster från externa företag
- 16,5 miljoner euro på frilansarvoden och upphovsrättsersättningar till privatpersoner.

#### INNEHÅLL OCH TJÄNSTER TOTALT 364,5 MILJONER EURO ÅR 2017

%



- Riksnyheter och aktualiteter 62,3 milj. €
- Regionala nyheter och aktualiteter 58,1 milj. €
- Sport 36,8 milj. €
- Fakta 56,3 milj. €
- Kultur och underhållning 79,7 milj. €
- Drama 50,0 milj. €
- Barn och unga 21,3 milj. €

## 6.4 YLES FÖRVALTNING OCH ORGANISATION

### Förvaltningsrådet

Rundradions högsta beslutande organ är förvaltningsrådet, som har 21 medlemmar. Riksdagen väljer medlemmarna i förvaltningsrådet på valperiodens första riksmöte. Till medlemmar i förvaltningsrådet ska väljas personer som är förtrogna med vetenskap, konst, kulturarbete samt näringslivet och ekonomiska frågor samt personer som företräder olika samhälls- och språkgrupper. Utöver de medlemmar som riksdagen har utsett har en representant som utsetts av bolagets medarbetare närvaro- och yttranderätt på förvaltningsrådets möten.

#### På förvaltningsrådet ankommer att

- välja och entlediga bolagets styrelse, styrelseordförande och viceordförande samt fastställa medlemmarnas arvoden
- besluta i ärenden som avser betydande inskränkningar i eller utvidgning av verksamheten eller väsentlig ändring av bolagets organisation
- se till och övervaka att uppgifter som hör till den programverksamhet som bedrivs i allmännyttigt syfte blir fullgjorda
- göra förhandsprövning av tjänster och funktioner i förhållande till den allmännyttiga verksamheten och kommunikationsmarknaden som helhet och i förhållande till om de tillgodoser samhällets demokratiska, sociala och kulturella behov samt utifrån prövningen besluta om tjänsten eller funktionen ska erbjudas eller inte, samt offentliggöra beslutet och dess motivering
- fatta beslut om bolagets strategi
- besluta om riktlinjerna för ekonomin och verksamheten
- granska och godkänna styrelsens verksamhetsberättelse
- övervaka förvaltningen av bolaget och till den ordinarie bolagsstämman ge ett yttrande med anledning av bokslutet och revisionsberättelsen.

Förvaltningsrådet ska dessutom årligen före utgången av april lämna riksdagen en berättelse om hur den allmännyttiga verksamheten har genomförts och hur det har fullgjort sina styrnings- och tillsynsuppgifter under det föregående kalenderåret. Innan berättelsen överlämnas ska Sametinget höras.

### Styrelsen

Yles styrelse består av minst fem och högst åtta medlemmar, som inte får vara medlemmar i förvaltningsrådet eller tillhöra bolagets övriga högsta ledning. Bolagets styrelse ska representera en tillräckligt mångsidig sakkunskap och båda språkgrupperna. Mandatperioden för en styrelsemedlem är ett kalenderår.

#### Styrelsen ska

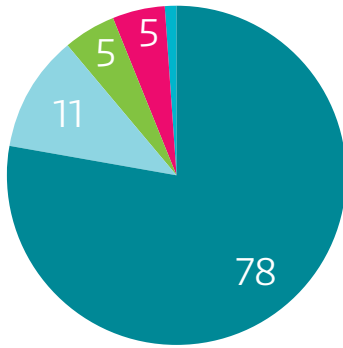
- välja och entlediga bolagets verkställande direktör samt fastställa dennes lön och andra till befattningen anslutna villkor; verkställande direktören får inte vara medlem i förvaltningsrådet eller styrelsen
- välja bolagets övriga högsta ledning samt fastställa ledningens löner och andra till befattningarna anslutna villkor
- utse ansvariga redaktörer i enlighet med lagen om yttrandefrihet.
- besluta om budgeten för det följande året
- sammankalla bolagsstämman och bereda de ärenden som ska behandlas vid stämman
- årligen lämna en berättelse till Kommunikationsverket över bolagets verksamhet.

#### Verkställande direktör

- Yles verkställande direktör är Lauri Kivinen. Under verkställande direktören lyder bland annat ledningsgruppen som utgörs av direktörerna för enheterna och de gemensamma funktionerna
- investeringsgruppen som svarar för investeringsbesluten.

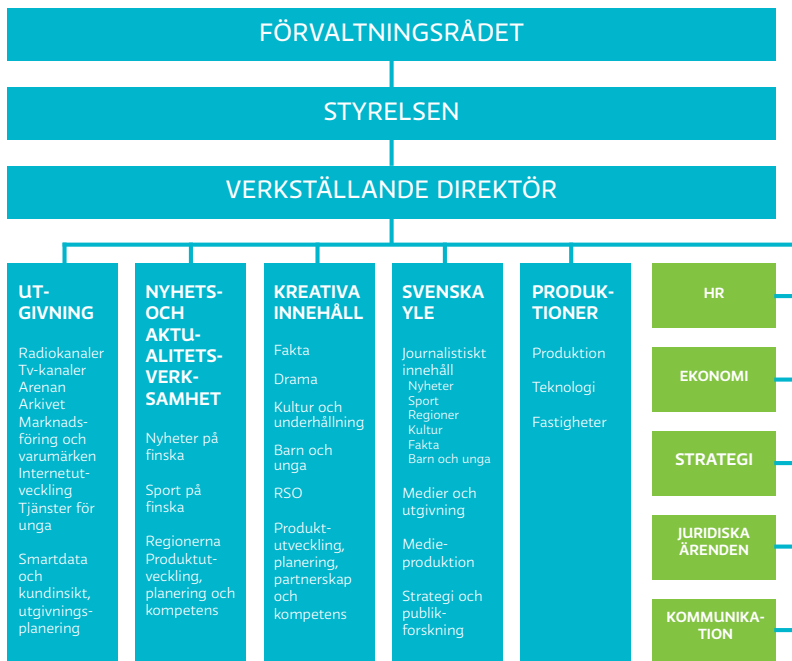
**YLES KOSTNADER OCH AVSKRIVNINGAR TOT. 468,1 MILJONER EURO  
(-8,1 MILJ. EURO) ÅR 2017**

%



- Innehåll och tjänster 364,5 milj.€
- Teknik och infrastruktur 53,6 milj.€
- Gemensamma funktioner och administration 23,9 milj.€
- Avskrivningar 24,7 milj.€
- Försäljning 1,3 milj.€

**YLES ORGANISATION 2017**





## FÖRVALTNINGSRÅDETS OCH STYRELSENS BESLUT SAMT MEDLEMMAR 2017

### FÖRVALTNINGSRÅDET

#### 14.2

- Mediernas Centralförbunds begäran om förhandsprövning om konsekvenserna för webbplatsreformen och speciellt av den regionala och lokala nyhetstjänstens inverkan på dagstidningars nyhetsutbud på webben: förhandsprövning inledd.
- Disposition av berättelsen till riksdagen samt parter som ska höras

#### 8.3

- Komplettering av medlemmar i förvaltningsrådets arbetsutskott
- Bokslut, verksamhetsberättelse och revisionsberättelse 2016
- Förvaltningsrådets utlåtande till den ordinarie bolagsstämman

#### 4.4

- Förvaltningsrådets berättelse till riksdagen om Rundradions verksamhet 2016
- Beslut om förhandsprövningen: webbtjänsten för regionala nyheter samt personifiering

#### 20.6

- Tidsschema för behandlingen av strategin

#### 26.9

- Komplettering av medlemmar i arbetsutskottet
- Förvaltningsrådets ägarstyrning, beslut om principerna
- Komplettering av förvaltningsmodellen för Rundradion Ab
- Beredning av valet av styrelse

#### 24.10

- Strategiuppdatering: beslut om strategin

#### 28.11

- Valprogrammen vid presidentvalet 2018: principerna för programmen

#### 19.12

- Val av styrelsens ordförande, vice ordförande och medlemmar för 2018 samt fastställande av styrelsearvoden

### STYRELSEN

#### 26.1

- Ytterligare utredningar av kanalförnyelsen på förvaltningsrådets begäran
- Internrevisionens revisionsplan för 2017
- Utredningar som förvaltningsrådet begärt med anledning av Mediernas Centralförbunds begäran om förhandsprövning

#### 16.2

- Verksamhetsberättelse och bokslut 2016
- Ändring av förvaltningsmodellen för Rundradion
- Mediernas Centralförbunds begäran om förhandsprövning av de regionala webbnyheternas konsekvenser för de kommersiella regionala medierna och för personifiering av innehåll och tjänster: utredningen om personifiering ges i uppdrag åt Forskningsinstitutet för kommunikation vid Helsingfors universitet
- Ändring av delägaravtalet mellan Helsingfors Musikhus Ab samt tillsättande av Rundradions representant till utnämningensutskott

### 15.3

- Utfall av chefernas styrkort 2016
- Övriga resultatpremier
- Kvalitetsrevision av det journalistiska beslutsfattandet
- Mediernas Centralförbunds begäran om förhandsprövning av de regionala webbnyheternas konsekvenser för de kommersiella regionala medierna och för personifiering av innehåll och tjänster: förslag om personifiering av tjänstebeskrivningen lämnas till förvaltningsrådet
- Animationsserien Mumin

### 20.4

- Ledningens prestationsbedömning
- Val av revisorer och framställan till bolagsstämman
- Bolagsstämmokallelse, inklusive ändring av bolagsordningen
- Rundradion Ab:s berättelse till Kommunikationsverket om public service-verksamheten 2016

### 15.5

- Olli Mäenpääs utredning om Yle
- Beslut om investering i första våningen av Kreativa huset och Mediehuset

### 29.5

- Yle och Opinionsnämnden för massmedier: bolaget värdesätter och förbinder sig till ONM, Yles förnyelsearbete ska fortsätta, finskspråkiga nyhets- och aktualitetsverksamhetens omfattning och ledningskultur måste bli bättre, Atte Jääskeläinen avgår, Svenska Yles direktör Marit af Björkesten utnämns till tf. direktör och ansvarig redaktör för Nyhets- och aktualitetsverksamheten

### 12.6

- Justering av avtalet om streaming-distribution
- Utnämning av tf. direktör och tf. ansvarig redaktör för Svenska Yle: Johanna Töm-Mangs

### 17.8

- Förhandlings- och offertbefogenheter för stortävlingar inom sport

- Rundradion Ab:s förvaltning: förvaltningsmodellen överlämnas till förvaltningsrådet för beslut

### 15.9

- Beslut om val av direktör och ansvarig redaktör för Nyhets- och aktualitetsverksamheten: Jouko Jokinen

### 28.9

- Beslutsförslag till strategin, förvaltningsrådet behandlar strategin

### 19.10

- Justerat förslag till beslut om strategin, förvaltningsrådet behandlar strategin
- Yles riktlinjer för premiering 2018
- Totalkonceptet för resultatpremiering 2018
- Anskaffning av orgel till Musikhuset

### 8.11

- Inga beslutsärenden

### 17.11

- Principerna för valprogrammen vid presidentvalet 2018
- Uppdatering av Yles etiska regler för program och innehållsproduktion
- Val av medlemmar och suppleanter till styrelsen för Rundradions Pensionsstiftelse
- Utvidgning av HD-distributionen: upphandling
- Verkställande av strategin
- Budget 2018
- Avtal med Teosto
- Avtal med Gramex
- Gemensamma funktioner: ny organisation, utnämning av direktörer och chefer

### 14.12

- Avtal med BBC Worldwide
- Delägaravtalet med Helsingfors Musikhus Ab, ändring av beslutsföret
- Styrkortet: styrkorts målen
- Avgöranden med anledning av kollektivavtal samt lönehöjningar för personal som inte omfattas av kollektivavtal
- Jämlikhets- och likabehandlingsplan 2018–2019
- Maiju Saijets utnämnd till ny chef och ansvarig redaktör för Yle Sääpmi

## FÖRVALTNINGSRÅDETS OCH STYRELSENS MEDLEMMAR 2017

### FÖRVALTNINGSRÅDET

Kimmo Kivelä, ordförande  
Arto Satonen, vice ordförande  
Mikko Alatalo  
Sirikka-Liisa Anttila från 16.2.2017  
Maarit Feldt-Ranta  
Olli Immonen  
Ilkka Kantola  
Jyrki Kasvi  
Jukka Kopra  
Hanna Kosonen  
Suna Kymäläinen  
Eero Lehti  
Mika Lintilä till 15.2.2017  
Lea Mäkipää  
Mikaela Nylander  
Markku Pakkanen  
Jaana Pelkonen  
Jari Ronkainen  
Matti Semi  
Maria Tolppanen  
Ari Tornainen  
Mirja Vehkaperä  
**Personalrepresentanter:**  
Jari Niemelä till 8.6.2017  
Hilla Blomberg från 8.6.2017  
Jukka Kuusinen  
Timo Säynätkari, suppleant

### STYRELSEN

Thomas Wilhelmsson, ordförande  
Carina Geber-Teir, vice ordförande  
Heikki Hellman  
Jussi Karinen  
Lauri Kontro  
Kirsi-Marja Laitinen-Blomster  
Pauliina Mäkelä  
Personalrepresentant Arto Nieminen

## SAMETINGETS UTLÅTANDE



Sametingets utlåtande om Rundradions förvaltningsråds berättelse till riksdagen för 2017 beträffande program och tjänster på samiska

### Rundradion Ab:s begäran om utlåtande 24 januari 2018

#### 1. SAMERNAS STÄLLNING

Finlands grundlag tryggar samernas rätt att som urfolk bevara och utveckla sitt språk och sin kultur (17 § 3 mom. i grundlagen). De grundläggande språkliga rättigheterna verkställs genom samiska språklagen (1086/2003) och i den har man definierat de av språklagen skyddade samiska språken, vilka är enaresamiska, skoltsamiska och nordsamiska. Finland har förbundit sig att följa flera internationella avtal som tryggar samernas språkliga och kulturella rättigheter. Ett av dem är FN:s deklaration om ursprungsfolkens rättigheter från 2007. År 2014 antog FN dessutom ett slutdokument som främjar urfolkens rättigheter och arbetades fram i en dialog mellan ursprungsfolken och FN:s medlemsstater. I slutdokumentet bekräftar staterna sin utfästelse att följa FN:s urfolksdeklaration från 2007. I Finland är bägge dokumenten relevanta för samernas rättigheter.

#### 2. YLE SÁPMI

Yle Sápmi har vid sidan av sin grundläggande uppgift – att förmedla information – arbetat för att trygga de samiska språkens fortbestånd och revitalisera de samiska språken. Sametinget konstaterar att lagen om Rundradion Ab ska tolkas och tillämpas så att samernas i grundlagen avsedda rätt att som urfolk bevara

och utveckla sitt språk och sin kultur inom delområdena för radio- och televisionsprogramutbudet verkställs i praktiken. Yles samiskspråkiga redaktion i Enare verkställer public service-uppdraget på samiska. Yle Sápmi är en av den finskspråkiga nyhets- och aktualitetsverksamhetens regionala redaktioner, men dess verksamhet sträcker sig utanför samernas hembygdsområde och betjänar den samiskspråkiga gemenskapen runtom i Finland.

Yle Sápmi är inte en självständig aktör, utan en regional radio. Med tanke på verksamheten och samhällseffekterna är Yle Sápmi emellertid mer än regionalradio. Över hälften av samerna är bosatta utanför samernas hembygdsområde och Yle Sápmis nyheter intresserar finländare oavsett deras etniska eller språkliga bakgrund. Yle Sápmis verksamhetsfält är helt annorlunda än den regionala radioverksamheten, och Yle Sápmi har också ett ansvar och en stor betydelse för främjande av det samiska skriftspråket.

**Sametinget föreslår att Yle Sápmis roll ska utvecklas i Yles organisation för att nå samma status som Svenska Yle har. Chefen för Yle Sápmi bör också ingå i Yles ledningsgrupp som svarar för bolagets strategiska och operativa verksamhet.**

Eftersom över hälften av samerna bor utanför samernas hembygdsområde bör Yle Sápmi arbeta för att bättre nå ut till samerna och ha mer omfattande bevakning av ärenden som berör samer som är bosatta utanför hembygdsområdet. **Sametinget föreslår att Yle utökar sina resurser för det samiska genom att rekrytera samisktalande medarbetare till regionalredaktionerna.**

Detta skulle stärka samarbetet mellan Yle Sápmi och de övriga regionalredaktionerna, ge mer resurser till produktionen av program på samiska och göra det möjligt för Yle Sápmi att betjäna en bredare publik. Rekryteringen kan bidra till kunskaperna och kännedomen om samerna i allmänhet på regionalredaktionerna och de samiska redaktörerna kan bistå med bakgrundsmaterial för inslag som handlar om samer.

### 3. PROGRAMUTBUD PÅ SAMISKA

Sametinget betonar att lagen om Rundradion garanterar Yle fasta inkomster och att detta borde synas bättre i finansieringen av Yle Sápmi. Yle Sápmi utvecklat sin verksamhet trots små resurser och den har varit effektiv. Yles finansiering till Yle Sápmis verksamhet borde bättre än i dag avspeglade att Yle Sápmi uppfyller Yles samhällsåtaganden även i andra avseenden än beträffande de samiska språken. Yle Sápmi betjänar inte bara samerna utan hela finländska samhället. Enligt Yles berättelse spelar Yle Sápmi en viktig roll för att bevara och revitalisera de samiska språken och det samiska kulturarvet samt befästa den samiska identiteten. Sametinget anser också att dessa uppgifter är viktiga, men att Yle Sápmis betydelse ändå inte har avspeglats i lagen till Yle Sápmi.

Sametinget uttrycker sin oro över programplatserna för Yle Sápmis tv-sändningar, som är förlagda till tidigt på morgonen eller på den sista programplatsen vid midnatt. År 2017 flyttades nyhets-sändningen *Ođđasat* till en ny kanal och en ny programplats i Yle TV1 sent på kvällen och utan fast sändningstid. Barnprogrammet *Unna Junná* sänds igen på morgonen kl. 8.15 i Yle Fem. Sametinget uttrycker dels sitt missnöje över de ofördelaktiga sändningstiderna på natten och tidigt på morgonen, dels sin oro över att samernas huvudnyheter har förlagts till sena kvällen och barnprogrammen mycket tidigt på morgonen. Avsaknaden av

en fast tid för nyhetssändningarna skapar osäkerhet och känns nedvärderande, genom att Yle inte kan ge samernas huvudnyheter en bra och fast sändningstid. Yle Sápmis tv-program med textning ger majoritetsbefolkningen och dem som inte behärskar samiska information om såväl samerna som andra urfolk. Även denna informativa funktion blir därmed till stor del outnyttjad. Sändningstiden för det samiska barnprogrammet är däremot för tidig för att de samiska barnen ska kunna ta del av det.

**Sametinget föreslår att Rundradion återställer den nordiska sändningen av *Ođđasat* till dess tidigare sändningstid klockan 20.45. *Unna Junná* bör få en bättre sändningstid.**

### 4. UTBUD PÅ ENARESAMISKA OCH SKOLTSAMISKA

De samiska språk som talas i Finland håller på att dö ut. Deras existens är hotad på samernas hembygdsområde och i hela Finland. Unesco har klassificerat de samiska språken som hotade. Yle Sápmi spelar en mycket viktig roll som producent av program på enaresamiska och skoltsamiska. Under verksamhetsåret 2017 utökades utbudet på enaresamiska och skoltsamiska i programflödet där samtliga tre samiska språk används jämsides.

Sametinget uttrycker sin tillfredsställelse över att Yle har ökat utbudet på enaresamiska och skoltsamiska i programflödet och med positiva metoder strävar efter att sudda ut gränserna mellan de olika språken. I praktiken är det dessvärre så att samiska lyssnare inte nödvändigtvis kan ta till sig allt innehåll i de flerspråkiga sändningarna om de inte behärskar de tre samiska språken. De tre samiska språk som talas i Finland har redan länge definierats som olika språk, och personer med olika språk kan inte förstå varandra utan långvarig kontakt med eller medvetna studier i det andra språket.

Sametinget uttrycker sin oro över

att utbudet av skilda program på nord-samiska, enaresamiska och skoltsamiska har minskat eller lagts ner. De separata programmen gjorde det möjligt att ta upp frågor som var relevanta för de enskilda grupperna och språken. Trots att det har lagts till innehåll på skoltsamiska och enaresamiska i Yle Sápmis programutbud anser Sametinget att utbudet ännu inte uppfyller Rundradion Ab:s public service-uppdrag gällande de samiska språken. Det bör noteras att nordsamiskan också är ett starkt hotat språk och att det därför bör finnas programutbud för varje språkgrupp skilt och utbudet bör vara tydligare uppdelat. Programtiden för olika samiska program ska läggas till i Yle Sápmis totala programtid, så att inte det ökade antalet samiska program minskar programtiden för andra samiska program.

**Sametinget föreslår att Yle Sápmi tilldelas mer resurser så att det är möjligt att producera separata sändningar på nordsamiska, enaresamiska och skoltsamiska.**

## **5. BARN- OCH UNGDOMSPROGRAM PÅ SAMISKA**

Grundlagen (17 § 3 mom.) förutsätter att samiska barn och unga får det stöd de behöver av ett programutbud som grundar sig på den samiska kulturen och det samiska levnadssättet året runt på sitt eget språk för att bygga upp sin identitet. Över hälften av samerna och hela 70 procent av de samiska barnen bor utanför samernas hembygdsområde, och därför är det viktigt att det skapas ett riksfattande programutbud på samiska för de samiska barn och ungdomar som bor bland majoritetsbefolkningen. Sametinget anser att 30 avsnitt av tv-programmet för barn *Unna Junná* är otillräckligt och att antalet bör ökas till 52 avsnitt per år för att Yle ska uppfylla sitt public service-uppdrag.

Under verksamhetsåret producerade *Unna Junná* det första dubbade programmet. Det var fråga om en serie på nord-

samiska från NRK Sápmi, och Yle Sápmi dubbade den till enaresamiska och skoltsamiska. Vi gläder oss över introduktionen av nya lösningar i produktionen av barnprogram, men vill ändå påpeka att programtiden och resurserna samtidigt inte har ökat utan är oförändrade. För ett större utbud av program **rekommenderar Sametinget att Rundradion överväger att tilldela mer resurser för dubbing av barnprogram, som är en relativt lätt produktionsform i förhållande till framställningen av andra program. Barnprogram på samiska bör också få mer sändningstid när utbudet ökar.**

Enligt Yles berättelse fortsatte radioprogrammet för unga vuxna *Sohkaršohkka* som föregående år. År 2017 inleddes beredningen av tv-pilotprojektet *Sámi Sherlock* som riktar sig till ungdomar. Sametinget vill uppmärksamma Yle på att Yle Sápmi saknar programutbud för unga förutom i radio.

En stor del av samerna och speciellt ungdomarna använder sociala medier. Sametinget anser det vara viktigt att de samiska ungdomarna har möjlighet till ett mångsidigt utbud bestående av både aktuell information och underhållande ungdomsprogram på det egna modersmålet. Sametinget anser att det är positivt att Yle Sápmi har ovan nämnda radioprogram för unga vuxna, men beklagar sig över avsaknaden av samiska ungdomsprogram i tv. Avsaknaden av ett ungdomsprogram i tv på det egna modersmålet är en stor brist med tanke på den kulturella och språkliga likabehandlingen av de samiska ungdomarna. Program på modersmålet påverkar också den mediebild samiska ungdomar får gällande acceptansen av deras kultur och språk. De ger också viktiga byggstenar för ungdomarnas identitet. **Sametinget anser att Yle Sápmi bör utveckla sitt utbud av ungdomsprogram på olika plattformar och att Yle bör anvisa resurser till detta.**

## 6. YLE SÁPMIS LOKALER

Yle Sápmi saknar permanenta och ändamålsenliga lokaler vilket har betydande konsekvenser för Yle Sápmis programproduktion på samiska och för samiskans ställning samt för uppfyllandet av Yles public service-uppdrag. Under verksamhetsåret arbetade redaktionen för Yle Sápmi fortfarande i tillfälliga lokaler i samekulturcentret Sajos i Enare eftersom redaktionslokaler hade drabbats av problem med inomhusluften 2015.

**Sametinget yrkar på att Rundradion ska ordna ändamålsenliga och permanenta lokaler för Yle Sápmi. Sametinget påpekar också att situationen har varit ohållbar alltför länge.** Avsaknaden av lämpliga lokaler påverkar medarbetarnas välmående, ork i arbetet och engagemang samt Yle Sápmis framtid och fortlevnad. Sametinget påpekar att Yle Sápmi fortfarande behöver en egen musikstudio – utöver en sändningsenhet – i samernas hembygdsområde. En egen studio är viktig för samesamhället som ett verktyg för att främja både modern musik på samiska och traditionell jojk. Studio kan också användas för dubbing av program. Tv-studio ska också ha ändamålsenlig teknisk utrustning. Yle ska skapa likvärdiga ramar för nyhetsverksamheten på samiska som för nyheter för majoritetsbefolkningen.

## 7. RUNDRADIONS HANTERING AV URSPRUNGSFOLKSTEMAN

Vi vill i detta utlåtande utöver Rundradions utbud av program och tjänster på samiska även ta upp Rundradions programverksamhet i allmänhet gällande hanteringen av samiska teman som vi anser bör kommenteras ur Sametingets perspektiv.

Sametinget uttrycker sin oro över att Rundradion i sina program vill framställa ursprungsfolk på ett kränkande sätt. I Pressklubben 6 oktober 2017 bar redaktör Sanna Ukkola en maskeradhatt som efterliknar de amerikanska ursprungsfol-

kens heliga fjäderbonad. Avsnittet inledes dessutom med en scen ur filmen Träskalle och Stumpen som negrer där huvudkaraktärerna är utklädda i "blackface", dvs. svartmålade. Många tittare har känt sig illa berörda av detta. Representeranter för ursprungsfolken har tydligt uttalat sig om att de inte godkänner att utomstående använder fjäderbonader, vilket också stöds av internationella lagar om skyddet av ursprungsfolkens immateriella kulturarv. Dessutom var användningen av fjäderbonaden omotiverad.

Genom sitt handlande kan Rundradion bidra till att stärka stereotypierna om både ursprungsfolken och andra etniska grupper. Att upprepa visuella och språkliga uttryck med en rasistisk innebörd utan att på något sätt problematisera det bidrar till att normalisera rasismen, och därför kritiserar Sametinget användningen av dessa metoder. Rundradion har i sina etiska regler skrivit in följande formulering: "Kön, ålder, ursprung, språk, religion, livsåskådning, hälsotillstånd, handikapp och andra personliga egenskaper bör inte föras fram på ett nedsättande eller osakligt sätt." (Yles etiska regler för program- och innehållsproduktion, 20.11.2017) Fjäderbonaden hör ihop med ursprungsfolkens symbolik och religion. Den ses som ett heligt föremål och att andra bär den anses vara en kränkning.

Sametinget önskar att Rundradion utbildar sina medarbetare i att hantera teman som anknyter till ursprungsfolken på ett respektfullt sätt och utan att kränka deras religioner. Rundradion bör i sin programpolicy beakta FN:s urfolksdeklaration. Enligt artikel 16.2 i deklARATIONEN ska staterna vidta effektiva åtgärder för att säkerställa att statligt ägda medier visar vederbörlig hänsyn till kulturell mångfald.

Sametinget föreslår att Rundradion följer urfolksdeklarationens andemening och inkluderar samerna i programprocessen i ett tidigt skede så att samerna ges en verklig möjlighet att påverka innehåll



och ämnesval i programmen. Rundradion bör dra nytta av journalisterna på Yle Sápmi och rådfråga dem redan i ett tidigt skede under programprocessen. Rundradion bör ta fram etiska riktlinjer även för journalisters hantering av ämnen som berör ursprungsfolk.

Sametinget föreslår att det ordnas ett möte mellan Sametinget och Rundradion för uppföljning av de ovan nämnda frågorna och för etablering av förhandlingskontakter under år 2018.

---

Tiina Sanila-Aikio  
Ordförande

Anne Kirste Aikio  
språkskyddssekreterare

(Styrelsen godkände utlåtandet 26 februari  
2018.)

---



medieförbundet

9.3.2018

Till Rundradion Ab:s förvaltningsråd

**Referens: Begäran om utlåtande  
21.2.2018**

### **FÖRVALTNINGSRÅDETS BERÄTTELSE TILL RIKSDAGEN 2017 – RUNDRADIONS SAMARBETE MED DE ÖVRIGA MEDIERNA**

Medieförbundet tackar för möjligheten att få uttala sig om utkastet till förvaltningsrådets berättelse till riksdagen 2017 till den del som gäller samarbetet mellan Rundradion och de övriga medierna. Medieförbundet lämnar följande uttalande:

1. Rundradion ålades 2017 uppgiften att genom sin verksamhet främja yttrandefriheten, högklassig journalistik och mångfald inom medierna. Detta föreskrivs i 7 a § Samarbete i lagen om Rundradion Ab.

2. I berättelsen redogör förvaltningsrådet för samarbetsexperiment och preliminära diskussioner mellan Rundradion och vissa privata medieföretag samt för mer etablerade samarbetsformer i fråga om mätning av medieanvändning och webbräckvidd och i webbtjänsten Radiot.fi.

3. I berättelsen saknas detaljerad redogörelse för på vilket sätt Yle genom sin verksamhet främjar de mål som fastställs i 7 a § i lagen om Rundradion.

4. Enligt Medieförbundets uppfattning uppväger det i sig positiva samarbetet – som visserligen i förhållande till Rundradions verksamhet är väldigt litet – inte de negativa konsekvenser för yttrandefriheten och mångfalden inom medierna som Yle med sina tidningsliknande webb- och mobiltjänster ger upphov till på den växande digitala mediemarknaden.

5. Rundradion kan bäst säkerställa yttrandefriheten och mångfalden inom medierna genom att fokusera på sina styrkor, det vill säga på högklassig journalistik i radio- och tv-utbudet på olika distributionsplattformar. På detta sätt kan Rundradion även i framtiden absolut generera ett mervärde för samhället, vilket inte är fallet med ett likartat nyhetsutbud på webben och mobilen som tidningarna tillhandahåller.

6. Som en detaljkommentar om länkning vill vi konstatera att länkning till den ursprungliga nyhetskällan är ett normalt journalistiskt förfarande, enligt ett principuttalande från Opinionsnämnden för massmedier. Vi har inte sett någon betydlig ökning av länkningen från Yles webbplatser till innehåll om samma ämne hos andra medier. Ökning av länkningen räcker ändå inte till för att kompensera de olägenheter som överlappande webbnyhetsutbud orsakar med avseende på yttrandefriheten, mångfalden inom medierna och tidningarnas möjligheter att utveckla sin digitala affärsverksamhet.

---

Medieförbundet rf

Jukka Holmberg  
verkställande direktör

Satu Kangas  
direktör, juridik och  
kommunikationspolitik

---

## UTLÅTANDE AV PROFESSOR HANNU NIEMINEN



10.3.2018

Till Rundradion Ab:s förvaltningsråd

### YLES PUBLIC SERVICE-UTBUD FÖR UNGA

Enligt 7 § i lagen om Rundradion ska den programverksamhet som bedrivs i allmännyttigt syfte särskilt "lägga vikt vid program avsedda för barn och ungdomar" (7 § 3 mom.). I Yles strategi, som godkändes hösten 2017, beaktas också unga som tema på ett transparent sätt. I strategin ger omvärldningarna inom teknik och kultur samt de därav följande utmaningarna för att nå ut till publiken en viss anledning till oro. Enligt strategin är "ungdomarnas medieanvändning [...] splittrad: information och upplevelser inhämtas från olika tjänster". Den största ökningen har skett i användningen av sociala medier, såsom Facebook, Instagram och YouTube. Samtidigt tillbringar ungdomarna allt mindre tid med de traditionella medierna (tidningar, tidskrifter, radio och tv).

Rundradion svarar på utmaningen att nå ungdomarna genom att använda sig av medier och plattformar där de unga finns och genom att utveckla deltagandet och interaktiviteten i programverksamheten. Yle lägger fokus på utbudet för unga samt webbutvecklingen de närmaste åren och uppger att bolaget kommer att överföra 15–20 procent av sina resurser till dessa områden. Sommaren 2017 inledde Yle arbetet med att skapa ett nytt ungdomsmedium som utgår från en sammanslagning av YleX och

Yle Kioski och i samarbete med YleX3M. Avsikten är att skapa innehåll för Yle Arenan samt för bland annat Youtube-kanalerna och andra sociala medier. Yle har ökat utbudet för unga både inom broadcast (t.ex. *Helt knäpp*, *Sekaisin*) och på Yle Arenan (t.ex. *Nörden: Dragonslayer666*, *Nörtti: Dragonslayer666*). Yle riktar sig också till samisktalande unga med både ett radioprogram (*Sohkaršohkka*) och har påbörjat ett pilotprojekt i video/tv (*Sámi Sherlock*).

Yles utvecklingsnätverk för produktutveckling och utgivningsplanering Yle Labra har också på olika sätt stött experiment vars mål är att svara på ungas förändrade medievanor. Nätverket har också stött produktionen av kortdokumentärer och experiment med virtuell verklighet och förstärkt verklighet.

Det allmänna intrycket är att Yle har förmått att på ett kreativt och mångsidigt sätt svara på förändringarna på mediefältet och på de därav följande utmaningarna med att nå ut till unga, i enlighet med det uppdrag som bolaget ålagts genom Ylelagen. Utifrån tillgänglig information är det dock svårt att fastställa hur väl Yle hittills har lyckats med detta.

Enligt Yles egen bedömning har bolaget genom att utveckla utbudet och tjänsterna lyckats bättre än tidigare nå ut till de strategiskt viktiga åldersgrupperna under 45 år. Utvecklingen verkar ändå vara motstridig. Medan räckvidden för Yles radio och tv bland unga fortsatte att minska 2017 hade användningen av Yles webbtjänster inte heller nämnvärt ökat bland unga och unga vuxna. Enligt användarstatistiken har räckvidden bland män de facto minskat och ökat bland kvinnor.

Eftersom Yles nya strategi godkändes först i slutet av 2017 och arbetet med att genomföra den precis har börjat kan man självfallet inte förvänta sig omedelbara resultat. Däremot kan man lägga fram vissa allmänna iakttagelser.

Den viktigaste iakttagelsen gäller Yles sätt att närma sig de unga publiksegmenten genom strategin. För närvarande tar Yle hänsyn till unga på många olika sätt, men en gemensam linje kan inte skönjas. Det vore motiverat att Yle samarbetar med de unga publiksegmenten och tar fram en särskild övergripande strategi för unga. Rikligt med förutsättningar och underlag för detta verkar redan finnas.

Vidare kan sägas att de indikatorer som Yle använder för hur man når unga verkar vara relativt grova och mäter främst medieräckvidd och de ungas tidsanvändning. Med tanke på utgångspunkten att splittringen av de unga publikgrupperna i mindre delkulturer har pågått länge, är de renodlat kvantitativa indikatorerna alltför ytliga. Till Yles mål enligt strategin hör bland annat att bolaget ska kunna "tillhandahålla det mest

värdefulla innehållet och den bästa personliga användarupplevelsen" och att Yles vision är att "vara det mest betydelsefulla mediet för finländarna". Utmaningen ligger i att utveckla mer kvalitativa och djupgående mätare i samarbete med unga och med hjälp av olika interaktiva och försöksbaserade metoder. Yle har redan gjort insatser som ger utmärkta möjligheter för detta.

En separat fråga anknyter till Yles allmänna strategi i relation till sociala medier. Samtidigt som bolaget närmar sig unga via olika sociala medier – Facebook, Instagram, Youtube, Twitter – måste det ta ställning till komplexa juridiska och ekonomiska frågor. Det kunde vara motiverat att Yle förtydligar sina principer för bolagets närvaro i sociala medier.

---

#### **Rundradion Ab**

Nyhetsgatan 5  
00024 Rundradion  
tfn 09 14801  
[svenska.yle.fi/bolaget](http://svenska.yle.fi/bolaget)  
[fornamn.efternamn@yle.fi](mailto:fornamn.efternamn@yle.fi)

#### **Strategi/Ekonomi/Kommunikation**

Redaktörer: Kirsi Brück och Tanja Rasila

Layout: Gustaf Hafström  
Tryck: Kopio Niini 4/2018  
ISSN: 1795-0775

---







yle

Mitt. Ditt. Vårt.