



---

Förvaltningsrådets  
berättelse till riksdagen om Rundradions verksamhet

2022

---

.....

I enlighet med 6 § i lagen om Rundradion Ab lämnar  
bolagets förvaltningsråd en berättelse till riksdagen om  
hur Yles public service-verksamhet har genomförts.

.....

# Yle – tillförlitlig information och mental försörjningsberedskap

## FÖRVALTNINGSRÅDETS ORDFÖRANDE



Vi kommer att minnas 2022 för Rysslands anfallskrig mot Ukraina. Det brutala anfallskriget har lett till att tiotusentals människor dött vid fronten och i attacker mot civila. Miljontals ukrainare har varit tvungna att lämna sina hem och fly västerut. När kriget i Ukraina började beslöt sig Finland snabbt för att lämna in en ansökan om Natomedlemskap.

Att kriget kommit till Europa och nära oss har också dominerat Yles nyhetsår. Yles egna redaktörer har under hela året rapporterat om händelser vid fronten och berättat om de civilas öden. I aktualitetsprogrammen har vi hört yrkesmilitärers, experters och politikernas bedömningar av hur kriget utvecklas och krigets konsekvenser. Vi har också rapporterat omfattande om andra länders inställning till kriget i Ukraina och till Finlands Natomedlemskap.

Kriget har ökat finländarnas informationsbehov och Yle har mött denna utmaning på ett utmärkt sätt. Yles utbud är intressant och finländarna litar på Yle. Enligt 92 procent av finländarna har Yle lyckats bra eller ganska bra med sitt uppdrag. Finland i Europa rf utsåg redaktör Antti Kuronen till Årets europé vilket är ett bevis på att Yles krigsrapportering är uppskattad.

Coronan och kriget i Ukraina har varit en psykiskt tung period för många finländare och också Yles roll som producent av mental försörjningsberedskap betonas. I enlighet med sitt uppdrag producerade Yle stimulerande underhållning och inhemsk kultur för finländska hem. Yle Arenan har å sin sida bokstavligen genomfört strategin "Gemensamt för alla, unikt för mig", genom att erbjuda en mycket omfattande repertoar av olika program, där

var och en har kunnat hitta något åt sig själv.

År 2022 var också ett stort idrottsår, med vinter-OS i Peking och dess rekordpublik, VM och EM i friidrott samt mästerskap i fotboll för män och kvinnor. Yle och MTV delade på VM-sändningarna i fotboll från Qatar. Det här var en helt ny samarbetsform mellan Yle och de kommersiella medierna. Detta verksamhets sätt torde fortsätta, eftersom visningsrätterna för de viktigaste idrottstävlingarna har blivit så dyra att det enda ekonomiskt förnuftiga sättet att förmedla dem till finländarna är genom samarbete mellan Yle och de kommersiella medierna.

Yle-lagen, som trädde i kraft i augusti 2022, ställde krav på Yles digitala publikationsverksamhet. Syftet med de nya bestämmelserna är att förtydliga Yles verksamhets sätt och lämna mer spelrum för de kommersiella mediernas innehåll i textformat. Samtidigt är det dock viktigt att också trygga tillgången till information för de medborgare som inte är beredda att betala för nyheter. Förvaltningsrådet följer genomförandet av lagreformen i praktiken.

På begäran av kommersiella radiobolag genomförde förvaltningsrådet en förhandsprövning av Yles ljudinnehåll på webben. Förvaltningsrådets slutsats var att ljudinnehållet på Yle Arenan och i bolagets övriga webbtjänster ingår i Yles public service. Beslutet innehåller dock riktlinjer som Yle ska följa när det köper, publicerar och säljer ljudinnehåll.

I det hela taget var Yle framgångsrikt trots utmaningarna 2022. Yles personal gjorde ett bra jobb under det tredje exceptionella året i rad och förtjänar beröm för sitt arbete. Det exceptionella året uppmuntrar också till att ytterligare intensifiera samarbetet mellan Yle och kommersiella medier. Vi behöver nationell enighet i en tid då man med falska nyheter och hybridattacker försöker undergräva de västerländska demokratierna och yttrandefriheten.

*Helsingfors den 28 mars 2023 på Rundradion Ab:s förvaltningsråds vägnar*

**Arto Satonen**  
ordförande

# Sammandrag

År 2022 erbjöd Yle i enlighet med sin lagstadgade uppgift ett mångsidigt och heltäckande utbud av public service-innehåll i radio, tv och på webben. Bolaget lyckades som helhet bra i sitt public service-uppdrag och finländarnas förtroende för bolaget ökade.

Rysslands attack mot Ukraina, det livliga nyhets- och idrottsåret samt uppgifterna i anslutning till försörjningsberedskapen påverkade på många sätt Yles verksamhet under 2022. Dessutom krävde det tredje coronapandemiåret fortfarande specialarrangemang i planeringen och produktionen av innehåll.

Liksom året innan använde i genomsnitt 94 procent av finländarna Yles innehåll och tjänster varje vecka. Yles tv- och radiokanaler når fortfarande ut till en betydande del av finländarna, men medieanvändningen riktar sig allt mer till digitala tjänster. Användningen av Yles digitala huvudtjänster, Yle Arenan och Yle-tjänsten, ökade tydligt i alla åldersgrupper.

År 2022 bedömde 92 procent av finländarna att Yle lyckades väldigt bra, bra eller ganska bra i sin uppgift, vilket är två procentenheter mer än året innan. 85 procent av finländarna litade på Yles nyhetsverksamhet och Yle upplevdes som det mest tillförlitliga bland mediebolagen.

Bolagets strategi *Gemensamt för alla, unikt för mig*, betonar värdet av Yles public service i samhället och dess betydelse i människors vardag. Bolaget strävar efter att stärka relationen till finländare som lever på olika sätt, öka interaktionen och närvaron bland människorna samt främja den digitala utvecklingen och partnerskapen. Dess-

utom gör bolaget ytterligare satsningar på tjänster för barn och unga.

Strategin gäller tills vidare. Utifrån mellanutvärderingen beslutade Yles förvaltningsråd på förslag av styrelsen i maj 2022 att Yles nuvarande strategi är fungerande och går i rätt riktning för att svara på förändringarna i medieanvändningen och samhället.

Yle fortsatte enligt sin strategi att satsa på både innehållsutveckling och de viktigaste digitala tjänsterna, Yle Arenan och Yle-tjänsten, och på att förbättra den personliga användarupplevelsen. Yle fäste särskild uppmärksamhet vid nyhetsverksamhetens beredskap att agera under coronapandemin och vid överraskande konflikter.

Den reviderade Yle-lagen, som trädde i kraft i augusti 2022, ställde nya krav på Yles digitala utgivning. Bolaget förberedde sig på dessa krav genom att utveckla innehållsproduktionen och uppföljningssystemen. Yles publikationsverksamhet på webben iaktar de lagändringar som gäller innehåll i textform samt ljud och bild.

Under året genomförde förvaltningsrådet på begäran av kommersiella radiokanaler en förhandsprövning av Yles ljudinnehåll på webben. I sitt avgörande ansåg förvaltningsrådet att ljudinnehållet på Yle Arenan och i bolagets övriga webbtjänster utgör en väsentlig del av Yles public service-uppdrag. Beslutet innehåller riktlinjer som Yle ska följa när det köper, publicerar och säljer ljudinnehåll.

Yle fortsatte arbetet med att förnya audioutbudet som inleddes året innan och ökade satsningarna särskilt på utvecklingen av poddar. Den största förändringen skedde i början av hösten

2022, när allt audioinnehåll som publiceras på Yle Arenan flyttade under namnet poddar, vilket bättre motsvarar lyssnarvanorna.

I Yles radio- och tv-kanaler, Yle-tjänsten, Yle Arenan och på arkivredaktionen utarbetades beredskapsplaner för att säkerställa en tillförlitlig informationsförmedling under alla förhållanden. Bolaget har en god teknisk och operativ beredskap att svara på olika säkerhetshot och beredskapen utvecklas kontinuerligt som en del av det riksomfattande beredskapsnätverket.

Inom idrotten sände Yle under året flera internationella stortävlingar samt inhemska vinter- och sommargrenar. Till de största satsningarna hörde vinter-OS i Peking, VM och EM i friidrott i USA och Tyskland, EM i damfotboll i England och VM i herrfotboll i Qatar. De olympiska vinterspelen i Peking nådde rekordartat 3,9 miljoner finländare.

Genom att öka antalet partnerskap och dela visningsrätter med andra har Yle kunnat bevara det mångsidiga sportutbudet på nuvarande nivå fram till slutet av årtiondet.

Under året introducerade Yle flera nya innehåll för publik i olika åldrar och lanserade bland annat aktuella inhemska serier och dokumentärer som intresserade publik i olika åldrar. Liksom året innan förmedlade Yle dessutom flera nationellt betydande evenemang, musik och kultur till finländarna, såsom *Tävlingen för ny musik UMK*, *Eurovisionen och Fest på slottet*, som nådde miljontals finländare.

Av inhemska produktionsbolag köpte Yle liksom tidigare år främst drama,

underhållning, dokumentärer och faktainnehåll som i enlighet med strategin riktar sig särskilt till personer under 45 år. Bolaget har under de senaste åren ökat sina inköp av innehåll och andra inköp från aktörer inom den kreativa branschen i enlighet med den parlamentariska arbetsgruppens mål från 2016.

Yle Kioski, YleX och Yle X3M fortsatte att utveckla sina innehåll och tjänster för att nå den strategiskt viktiga målgruppen 15–29-åringar. Yle riktade också mer resurser till utbudet för barn i skolåldern, som är en utmanande målgrupp för bolaget i och med förändringen i medieanvändningen, samt till utvecklingen av innehållet för barn.

För att förbättra tillgängligheten fortsatte bolaget att satsa på bland annat tjänster på teckenspråk, syntolkning och direkttextning. Den lagstadgade skyldigheten för dessa tjänster utvidgades till att omfatta nästan alla tv-program på finska och svenska år 2022.

Yle genomförde i samarbete med andra samhällsaktörer olika samhällsevenemang och innehållsprojekt. Bolaget fortsatte de redan etablerade samarbetsformerna med andra medier och förhandlade om fortsatt samarbete, såsom distribution av innehåll och journalistiskt utbildningssamarbete.

Den kraftigt förhöjda inflationen, de stigande räntorna och energikrisen påverkade bolagets ekonomi, som dock förblev stabil.

Yles public service-uppdrag behandlar vi i kapitlen 1–4 och bolagets verksamhetsutveckling, personal och ekonomi i kapitlen 5–6.

# Innehållsförteckning

<b>1. YLES PUBLIC SERVICE-UPPDRAG OCH STRATEGI</b>	<b>10</b>	<b>5. YLES VERKSAMHET: UTVECKLING OCH PRINCIPER</b>	<b>58</b>
1.1 Yles uppdrag		5.1 Utveckling av verksamheten	
1.2 Yles strategiska riktlinjer och mål		5.2 Partnerskap och samarbete med övriga medier	
<b>2. FÖRÄNDRINGAR I OMVÄRLDEN</b>	<b>14</b>	5.3 Ansvar i Yles verksamhet	
2.1 Kommunikationspolitik och reglering av kommunikationen		5.4 Oberoende och verksamhetsprinciper	
2.2 Utveckling av mediemarknaden		5.5 Personalens utveckling	
2.3 Utveckling inom medieanvändning		<b>6. YLES FINANSIERING, KOSTNADSSTRUKTUR OCH FÖRVALTNING</b>	<b>68</b>
2.4 Utveckling inom medieteknik		6.1 Yles finansiering och intäkter	
<b>3. YLES INNEHÅLL OCH TJÄNSTER</b>	<b>22</b>	6.2 Utveckling av kostnadsstrukturen samt kostnader	
3.1 Yle i radio, tv och på webben		6.3 Yles förvaltning och organisation	
3.2 Yles utbud enligt genre		<b>BILAGOR</b>	<b>74</b>
3.3 Tjänster på samiska		Förvaltningsrådets och styrelsens beslut 2022	
3.4 Tjänster för specialgrupper och andra minoriteter		Sametingets utlåtande	
3.5 Andaktsprogram			
3.6 Programutbud för utlandet			
3.7 Säkerhet, beredskap samt myndighetsinformation			
<b>4. YLES VÄRDE FÖR FINLÄNDARNA</b>	<b>50</b>		
4.1 Yles framgång i public service-uppdraget			
4.2 Yles publikrelation i tv, radio och på webben			

# 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. Ovannämnda tjänster och andra allmännyttiga innehållstjänster ska tillhandahållas i allmänna kommunikationsnät både riksomfattande och på landskapsnivå. Innehållstjänsterna ska huvudsakligen vara inriktade på publikationer som innehåller rörlig bild eller ljud. Innehåll i textform ska, med de undantag som anges i 3 mom., hänföra sig till bolagets publikationer som innehåller rörlig bild eller ljud.

## DEN PROGRAMVERKSAMHET SOM BEDRIVS I ALLMÄNNYTTIGT SYFTE SKALL 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 inhemsk kultur, konst och stimulerande underhållning,
- 3) i programutbudet beakta synpunkter som har att göra med allmänbildning och jämställdhet, erbjuda möjligheter 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 bered-

skap för att sköta televisions- och radioverksamheten under undantagsförhållanden.

*Bolaget kan med avvikelse från 1 mom. i allmänna kommunikationsnät tillhandahålla följande innehåll i textform utan att de ska ha samband med en publikation som innehåller bolagets rörliga bild eller ljud:*

- 1) korta nyhetsinnehåll i textform som bolaget publicerar på basis av samarbetet med Oy Suomen Tietotoimisto - Finska Notisbyrån Ab eller någon annan motsvarande nationell nyhetsbyrå,
- 2) korta nyhetsinnehåll i textform om snabba nyhetshändelser eller om nyhetssituationer med snabbt förlopp,
- 3) de myndighetsmeddelanden i textform som bolaget förmedlar i enlighet med 2 mom. 7 punkten och det nödvändiga innehåll i textform som beredskapen inför undantagsförhållanden förutsätter,
- 4) nyhetsinnehåll i textform på samiska och romani samt på landets övriga minoritetsspråk,
- 5) innehåll i textform om kultur,
- 6) innehåll i textform om inläring.

### 7 a § Samarbete

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

# Yles public service-uppdrag och strategi

1

- ▶ **Yles strategi Gemensamt för alla, unikt för mig reagerar på förändringarna i medieanvändningen.**
- ▶ **I sitt utbud stärker Yle pluralism, interaktion och partnerskap.**
- ▶ **Yle fortsätter med digitala förnyelser och satsningar på försörjningsberedskapen.**

## 1.1 YLES UPPDRAG

Rundradion Ab (Yle) är ett public service-bolag. Dess verksamhet bygger på lagen om Rundradion Ab (1993/1380). Det allmännyttiga specialuppdrag, som behandlas i denna berättelse av förvaltningsrådet, fastställs i 7 § i Yle-lagen. Lagen ändrades 2022 för att precisera publiceringen av Yles textinnehåll.

I enlighet med 6 § i rundradiolagen ska det förvaltningsråd som riksdagen väljer se till och övervaka att uppgifter som hör till den programverksamhet som bedrivs i allmännyttigt syfte blir fullgjorda. I denna uppgift lämnar förvaltningsrådet årligen en berättelse till riksdagen om hur Yles uppgifter har fullgjorts under det föregående kalenderåret. Innan berättelsen lämnas hör förvaltningsrådet Sametinget, vars utlåtande för 2022 bifogats berättelsen.

Yle ska tillhandahålla ett mångsidigt och omfattande allmännyttigt utbud för alla och på lika villkor. Bolaget ska stödja demokratin och yttrandefriheten samt bildningen och lärandet, stärka den nationella och regionala kulturen och i programutbudet även beakta specialgruppers och minoriteters behov. Dessutom har Yle särskilda uppgifter för att

trygga kommunikationen i undantagsförhållanden.

Den som bedriver rundradioverksamhet ska vara opåverkad av politiska, ekonomiska och andra intressegrupper, så att utbudet ger en mångsidigt och tillförlitlig bild av de olika rådande opinionerna och värderingarna i samhället.

Grunderna för public service-rundradioverksamhet är definierade i en protokollbilaga till Amsterdampfördraget (1997), som är en del av EU-fördraget, samt i EU-kommissionens meddelande om offentlig finansiering av rundradioverksamhet (2009). Enligt Amsterdamprotokollet 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 kommunikationen.

## 1.2 YLES STRATEGISKA RIKTLINJER OCH MÅL

Yles radio- och tv-kanaler samt digitala tjänster når majoriteten av finländarna. Förtroendet för bolaget är starkt, vilket vittnar om uppskattningen av Yles public service och bolagets förmåga att

1.1

1.2

svara på medborgarnas ändrande medieanvändning. Detta ger goda förutsättningar att utveckla verksamheten.

I och med den nya tekniken genomgår mediernas omvärld en kraftig omvälvning och detta innebär en allt större utmaning för de traditionella mediebolagen. Stora globala aktörer tävlar med det inhemska innehållset om finländarnas tid. Såväl unga som äldre publik trivs i allt högre grad med de globala aktörernas innehåll. Användningen av digitala tjänster, även medietjänster, ökar bland personer i alla åldrar.

För att tillgodose medborgarnas behov inom medieanvändning riktar Yle resurser till digital publicering och utvecklar innehållens berättargrepp samt förnyar samtidigt sina traditionella kanaler. På så sätt strävar bolaget efter att säkerställa att det högklassiga och mångsidiga public service-innehållet är intressant även i framtiden.

För att, såsom Yle-lagen förutsätter, betjäna alla på lika villkor måste Yle ha förmågan att använda olika distributionskanaler på ett mångsidigt sätt så att public service-innehållet når ut till användarna samtidigt som medieanvändningen ändras allt snabbare.

Strategin *Gemensamt för alla, unikt för mig*, som godkändes 2020, har visat sig motstå tidens tand och bolaget fortsatte systematiskt att verkställa den. Strategin gäller tills vidare.

Strategin betonar värdet av Yles public service i samhället och dess betydelse i människors vardag. Bolaget strävar efter att stärka relationen till finländare som lever på olika sätt, öka interaktionen och närvaron bland människorna samt främja den digitala utvecklingen och samhälleligt värdefulla partnerskap. Dessutom gör bolaget ytterligare satsningar på tjänster för barn och unga.

Bolagets ledning utvärderade regelbundet strategins aktualitet under 2022 genom att spegla den mot den förän-

derliga omvärlden. Utifrån mellanutvärderingen beslutade förvaltningsrådet i maj 2022, på förslag av bolagets styrelse, att Yles nuvarande strategi är fungerande och går i rätt riktning för att svara på förändringarna i medieanvändningen och samhällsförändringarna.

I den digitala omvälvningen av vår kunskaps- och informationsmiljö spelar Yle och de andra finländska medierna en mycket viktig roll i att trygga en tillförlitlig mediemiljö och kvalitetsjournalistik. Detta framhävs i den förändrade säkerhetsmiljön, där Yle med tanke på stabiliteten i samhället har centrala uppgifter i anslutning till försörjningsberedskapen.

I statsrådets framtidsredogörelse som publicerades våren 2022 konstateras att "då det säkerhetspolitiska läget förändrats är det viktigt att Rundradion och andra medier kan producera och distribuera tillförlitlig och aktuell information, stödja medborgarnas mentala kriställighet och identifiera och bekämpa informationspåverkan."

Genom att erbjuda mångsidig information, allmänbildning, kultur samt förenande erfarenheter som stöder medborgarnas delaktighet stärker rundradioverksamheten samhällets mentala kapital och demokrati samt främjar medborgarnas jämlikhet som medieanvändare. Yle har också en central betydelse som främjare av finländsk kultur och arbetsgivare inom den kreativa sektorn.

Under 2022 behandlade förvaltningsrådet enligt tema genomförandet av Yles public service-uppdrag i enlighet med 7 § i rundradiolagen och diskuterade ändringarna som reformen av Yle-lagen medför. Vi behandlar dem närmare i kapitlen 2 och 3. Dessutom fick förvaltningsrådet av bolagets ledning regelbundet en översikt över aktuella projekt som är centrala med tanke på strategin, förändringar i omvärlden och bolagets beredskap för undantagsförhållanden.



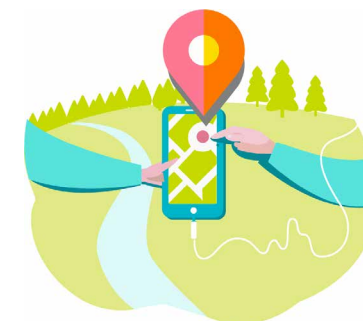
### Yles syfte

Vi ökar förståelsen för varandra och omvärlden, vi stärker samhället och kulturen i Finland.



### Yles värderingar

Vi är pålitliga och ansvarstagande – vi utför vårt uppdrag oberoende.  
Vi inspirerar till kreativitet – vi ger modigt utrymme för nya idéer.  
Vi har respekt för människan – tillsammans åstadkommer vi någonting bättre.



### Yles riktning

Yle går mot de kommande hundra åren som en stark förnyare inom public service. Yle är gemensamt för alla och unikt för mig – för det finländska samhällets bästa.



# Förändringar i omvärlden

2

- ▶ **Reformen av Yle-lagen trädde i kraft i augusti.**
- ▶ **Digitala tjänster stärker sin ställning i medieanvändningen.**
- ▶ **Den globala konkurrensen och den tekniska omvälvningen utmanar de inhemska mediebolagen.**

## 2.1 KOMMUNIKATIONSPOLITIK OCH REGLERING AV KOMMUNIKATIONEN

Lagändringen som preciserar Yles uppgifter godkändes i riksdagen i mars (11.3.2022/159) och trädde i kraft i augusti 2022.

Ändringen preciserar Yles public service-uppdrag som definieras i 7 § i rundradiolagen och inbegriper textinnehåll som publiceras på webben. I fortsättningen ska Yles textinnehåll enligt lagen hänföra sig huvudsakligen till rörlig bild och ljud. Undantag enligt lagen är kultur- och utbildningsinnehåll, korta nyhetsinnehåll från Finska Notisbyrån, korta innehåll om snabba nyhetshändelser, nyheter på minoritetsspråk och myndighetsmeddelanden.

Bakgrunden till lagändringen är ett klagomål om statligt stöd som kommersiella medieföretagens representant Medieförbundet lämnade in till EU-kom-

missionen 2017. Klagomålet gällde publicering av Yles textinnehåll på webben. Kommissionen avslutade behandlingen av Medieförbundets klagomål i juni 2022.

Sanoma Media Finland Oy lämnade 2021 in ett klagomål om statligt stöd för video on demand-innehåll och elektroniskt utbildningsinnehåll på Yle Arenan. Detta klagomål är fortfarande under behandling vid kommissionen. Utredningen kan ännu ta flera år. Kommunikationsministeriet har lämnat in fem svar som talar för Yle Arenans VOD-innehåll och utbildningsinnehåll som en del av public service-uppdraget.

Yles förvaltningsråd genomförde 2022 en förhandsprövning av det ljudinnehåll som Yle erbjuder på webben. Begäran om förhandsprövning lämnades in av RadioMedia rf, som representerar de kommersiella radiokanalererna. I sitt avgörande i december ansåg förvaltningsrådet att ljudinnehåll som publiceras på Yle Arenan och i bolagets övriga webbtjänster utgör en väsentlig del av Yles public service-uppdrag och att deras marknadseffekter är ringa i förhållande till värdet. I sitt beslut fastställde förvaltningsrådet vissa riktlinjer som Yle ska följa när det köper, publicerar och säljer ljudinnehåll.

Kommunikationsministeriet genomförde en omvärdering av sändnings-

2.1

Programledaren Constantinos "Gogi" Mavromichalis belönades med publikpriset för årets bästa tv-framträdande på Gyllene Venlagalan 2022. Mavromichalis är programledare för det underhållande diskussionsprogrammet Gogis stambar.

Bild: Johanna Kannasmaa



plikten för Yles tv- och radiokanaler som gällde distributionen av kanalerna i kabel-tv-nätet. Ministeriet beslutade att föreslå att den s.k. *must carry*-sändningsplikten som gäller Yles radiokanaler upphävs och att plikten som gäller tv-kanalerna förblir oförändrad. Om detta genomförs innebär det att distributionen av Yles radiokanaler upphör i kabel-tv-näten. Beredningen av ärendet fortsätter under följande valperiod.

Riksdagen inledde våren 2022 behandlingen av regeringens proposition om ändring av upphovsrättslagen. Propositionen grundar sig på två EU-direktiv. DSM-upphovsrättsdirektivet förpliktar EU-medlemsstaterna att bland annat reglera plattformsbolagens (till exempel Google, YouTube, Facebook) ansvar för användningen av upphovsrättsskyddat material i sina tjänster. Direktivet om webbsändningar gäller i sin tur sändning och vidareändring av tv- och radioprogram. Ändringarna som gäller vidareändring kan påverka distributionen av Yles tv-kanaler i kabel-tv-näten och de kostnader som detta medför för Yle.

År 2022 godkändes två betydande EU-förordningar som gäller plattformsbolag: förordningen om digitala marknader (DMA) och förordningen om digitala tjänster (DSA), som medför ytterligare skyldigheter för stora plattformsbolag. Förordningen om digitala marknader gäller så kallade portvaktsföretag, som bland annat får förbud mot att gynna sina egna produkter och en skyldighet att dela data på ett mer transparent sätt än i nuläget. Detta kan förbättra utgivarnas, dvs. kundernas ställning i förhållande till plattformarna. Förordningen om digitala tjänster skärper å sin sida plattformsbolagens skyldigheter att skydda användare mot olagligt innehåll på nätet. Webbplattformarna måste i fortsättningen vara mer transparenta, till exempel när det gäller de algoritmbaserade rekommendationssystemens funktionsmekani-

nismer. Förordningarna träder i kraft stegvis under åren 2023–2024.

Därtill publicerade EU-kommissionen i september 2022 ett med tanke på medierna viktigt regleringsförslag, vars syfte är att trygga mediernas oberoende, pluralism och transparens i ägandet i medlemsländerna. I förslaget till förordning, som är under lagstiftarnas behandling, konstateras bland annat att rundradiobolagen ska garanteras tillräcklig finansiering för skötseln av public service-uppdrag. Förordningen om mediefrihet med rekommendationer (European Media Freedom Act) träder i kraft tidigast 2025.

## 2.2 UTVECKLING AV MEDIEMARKNADEN

Rysslands attack mot Ukraina och den osäkra ekonomin återspeglas på mediemarknaden. I Finland försvagade rädslan för recession försäljningen av tidningsprenumerationer och mediereklamens tillväxt under 2022. Som helhet ökade dock mediereklamen efter pandemiåren.

När tidningspappret och distributionen blev dyrare minskade en del av lokaltidningarna sina utgivningsdagar och avgiftsfria stadstidningar lades ner. Av de elektroniska mediebolagen lade kristligt konservativa AlfaTV ned sin verksamhet i slutet av året när moderbolaget gick i konkurs.

De kommersiella nyhetsmediernas framtidsutsikt är tudelad. De bolag vars omsättning och vinst till en stor del uppkommer från annan verksamhet än medieaffärsverksamhet tror att resultatet kommer att förbli oförändrat. Andra mediehus oroar sig över den minskade försäljningen av reklam och prenumerationer. När inkomsterna sjunker kan en del av bolagen bli tvungna att gallra i investeringar och digital utveckling och detta försvårar deras konkurrensförutsättningar i omvälvningen inom branschen.

Enligt Statistikcentralen var värdet på hela massmediamarknaden cirka 3,8 miljarder euro. År 2022 användes sammanlagt 1,328 miljarder euro för mediereklam och jämfört med året innan ökade mängden reklam med 4,1 procent. Tillväxten var som störst för webb reklam, av vilken en betydande del riktade sig till stora internationella plattformsbolag. Var tredje euro användes för reklam i sökmotorer och i sociala medier.

I den allt hårdare konkurrensen minskar de internationella plattformsbolagen på sina kostnader och söker nya intjäningsmodeller. Bolagen tävlar i synnerhet om den yngre publiken. Bland det rikliga utbudet och den allt hårdare konkurrensen ökar personifieringens betydelse vid riktat innehåll som utnyttjar användardata.

Den kinesiska tjänsten för kortvideo, TikTok, fortsatte att växa globalt och ökade sina investeringar i Europa och USA. Facebooks och Instagrams moderbolag Meta satsar på kortvideo och metaverse-projekt i den ökade konkurrensen och planerar att minska nyhetsinnehållet i sina tjänster. Mikroblogger

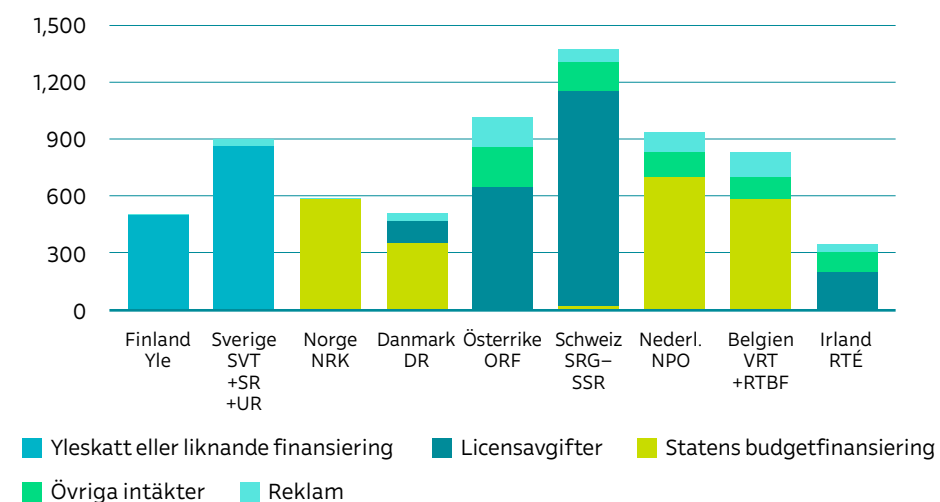
Twitter övergick våren 2022 i miljardären Elon Musks ägo, vilket väckte en omfattande diskussion om plattformsbolagens verksamhetsprinciper.

Konkurrensen är hård även på streamingmarknaden. Prenumerationsalternativ med reklam blir vanligare och innehåll med färre tittare gallras bort från tjänsterna. De som förlorar är sannolikt små målgrupper som det inte är nödvändigt för företagen att betjäna. Samtidigt försöker nya aktörer komma in på marknaden, som reklamfinansierade FAST-kanaler som kan ses via webben och som till exempel tillverkare av tv-apparater distribuerar.

Audioaktörerna utvidgar också sin marknad. Podcast-tjänsten PodMe, som ägs av Schibsted, den största mediekoncernen i Norge, och danska Podimo som satsar på podcaster och ljudböcker har kommit till Finland. De internationella jättarna Spotify och Apple ökar sina satsningar på audiodrama och nya exklusiva podcaster.

Hotet från hybridpåverkan och cyberattacker mot media har ökat i takt med att det världspolitiska läget har föränd-

Jämförelse av finansieringen av public service-rundradiobolagen 2022, miljoner euro



rats. Till exempel våren 2022 hittade en rysk trollfabrik på en kommunikationskampanj mot flera västerländska medier. I Finland blev förutom Yle även tidningen Keskiuomalainen och Etelä-Saimen samt Selkokeskus som förmedlar information på lättläst finska utsatta.

Diskussionen om mediernas roll i samhällets försörjningsberedskap och om medborgarnas mentala kriställighet var synligare än tidigare både i Finland och på andra håll. Kriserna har stärkt förtroendet för rundradioverksamheten i allmänhet i Europa, med undantag för enskilda länder i östra Centraleuropa, såsom Polen, Ungern och Balkan.

De osäkra ekonomiska utsikterna återspeglades samtidigt i flera europeiska länder bland annat i diskussionen om finansieringen av rundradioverksamheten. Vid sidan av finansieringen

diskuterades rundradioverksamhetens uppgifter och betydelse i samhället för att trygga tillförlitlig information, pluralism i medierna, jämlik tillgång till information för medborgarna och ett mångsidigt medieutbud.

Många länder, bland annat Frankrike, Storbritannien och Österrike, förbereder utifrån olika alternativ en reform av rundradiobolagens finansieringsmodeller. Till skillnad från de nordiska länderna använder de flesta europeiska länderna fortfarande ett tillståndsbaserat system som delvis baserar sig på broadcast-teknologi och som inte till alla delar motsvarar omvälvningen i digitaliseringen och medieanvändningen.

I de nordiska länderna övergick det danska rundradiobolaget DR stegvis fram till 2022 till en ny finansieringsmodell som i stora drag liknar modellen

med skattefinansiering i Finland, Sverige och Norge. När man jämför finansieringsnivån för rundradiobolag i de nordiska länderna eller motsvarande länder representerar finansieringen av rundradios public service-verksamhet i Finland den europeiska medelnivån.

De andra nordiska länderna gjorde inga betydande ändringar i lagstiftningen om rundradiobolag. Danske Medier som representerar danska kommersiella medier lämnade året innan ett klagomål om statligt stöd till EU-kommissionen om DR:s innehåll i textform. Klagomålet motsvarar Medieförbundets klagomål. Kommissionen meddelade i juni 2022 att den inte tar upp ärendet till behandling, men Danske Medier meddelade att de kommer att fortsätta processen.

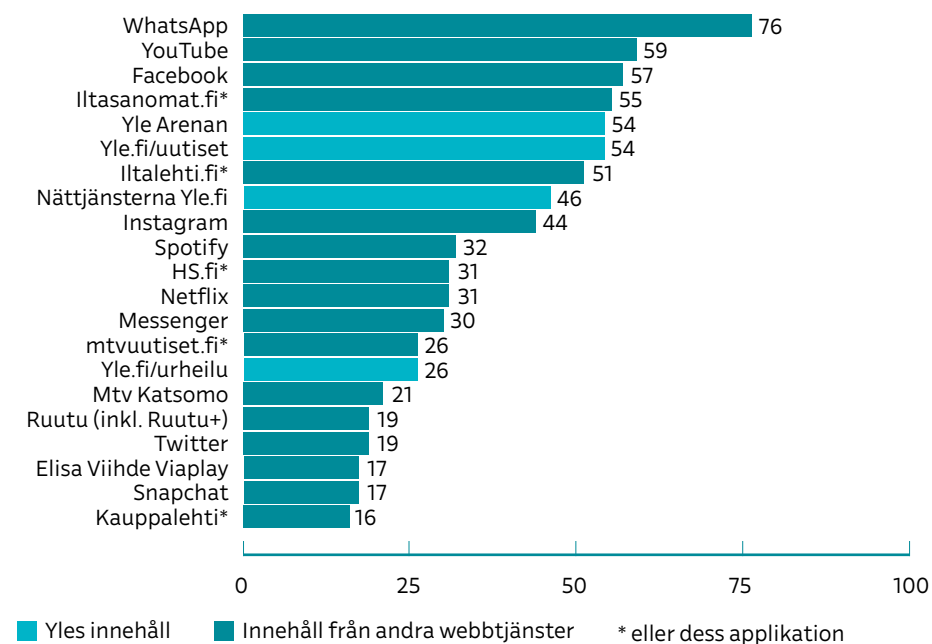
Den nya svenska regeringen, ledd av statsminister Ulf Kristersson, har i sitt regeringsprogram skrivit in att långsiktig finansiering av mediebolag inom public service ska tryggas inom ramen för den demokratiska infrastrukturen. Riktlinjerna gäller rundradiobolagens nästa koncessionsperiod 2026–2033, om vilken förhandlingar förs under de närmaste åren och som Kulturdepartementet bereder.

Kriget i Europa syns i mediekonsumtionen och har i synnerhet ökat efterfrågan på nyheter. Förutom behovet av tillförlitliga och faktabaserade nyheter har det funnits efterfrågan och behov av olika underhållande innehåll. Ett nytt fenomen är att man undviker nyheter. Detta har blivit allt vanligare särskilt bland unga på grund av den onda cirkeln av negativa händelser.

Ett utbud som ständigt växer och den nya tekniken har påskyndat omvälvningen av medieanvändningen i riktning mot digitala tjänster och samtidigt har medievanorna blivit mångsidigare i och med nya smarta enheter och tjänster. De traditionella broadcast-kanalernas räckvidd har redan i flera års tid minskat något.

Användningen av tv och radio är delvis beroende av rutiner och kanalerna når personer över 45 år i betydligt större utsträckning än de når yngre personer. När smart-tv blir vanligare och tittandet på linjär television minskar ökar användningen av tv-skärmen för andra

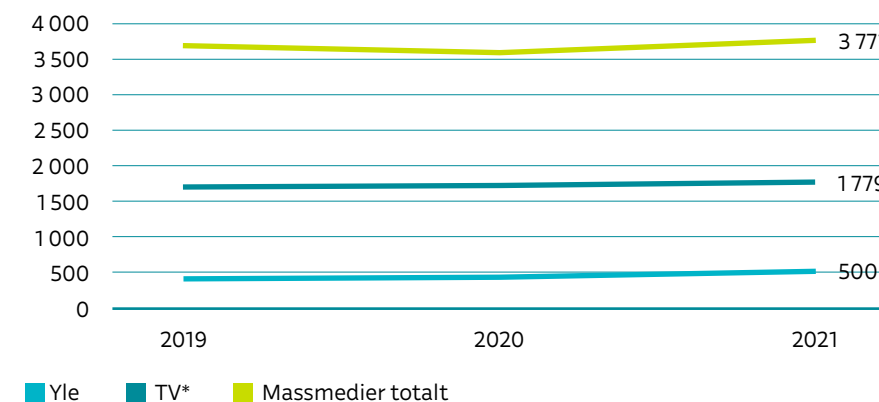
### Webbtjänsternas veckoräckvidd hösten 2022, procent



Källa: Kanalimageundersökning, IRO Research Oy/Yle

Befolkningen över 15 år

### Massmediemarknadens värde i Finland, miljoner euro



\*innehåller också hela Yle (tv, radio, webbtjänster)

Källa: Statistikcentralen, Yle

ändamål, såsom streamingtjänster eller spelande.

År 2022 nådde televisionen fortfarande 84 procent av finländarna varje vecka. Finländarna tittade dagligen i genomsnitt 2 timmar och 46 minuter på inhemska tv-kanaler, tre minuter mer än året innan. De kommersiella medierna nådde dagligen över hälften av den finländska befolkningen. Yle TV1 och Yle TV2 hör fortfarande till de mest tittade kanalerna i Finland, men av de enskilda kanalerna nådde reklamfinansierade MTV flest tittare på veckonivå.

År 2022 lyssnade finländarna på radio i genomsnitt 2 timmar och 23 minuter per dag, fem minuter mer än året innan, och radion nådde 87 procent av finländarna varje vecka. Av finländarnas radiolyssnande riktade sig 51 procent till Yles kanaler. Den mest lyssnade radiokanalen var fortfarande Yle Radio Suomi som liksom året innan nådde 31 procent av finländarna varje vecka.

Utöver traditionell radioutrustning lyssnar man allt oftare på radio via audiotjänster. I fjol använde redan över en tredjedel av finländarna digitala audiotjänster. Efterfrågan på poddar fortsatte att vara livlig i takt med att marknaden fortsatte att växa.

Falsa nyheter, misinformation och desinformation som sprids på webbplattformar hotar förtroendet för ansvarsfulla medier. Med hjälp av artificiell intelligens är det möjligt att bearbeta till exempel videobilder och ljud så att det blir svårare än tidigare att skilja äkta innehåll från falskt innehåll. Vid sidan av traditionell mediekompetens är således förmågan att förstå digitala sätt att påverka en allt viktigare medborgarfärdighet.

I Finland och de övriga nordiska länderna är förtroendet för medierna fortfarande på internationell toppnivå och är klart större än i de övriga EU-länderna i genomsnitt, även om det har funnits tecken på en liten nedgång under de senaste åren.

## 2.4 UTVECKLING INOM MEDIETEKNIK

I teknikutvecklingen går artificiell intelligens, maskininlärning och olika smarta system med stora kliv framåt. Detta skapar nya möjligheter för mediebolagen att utnyttja lättare och decentraliserade produktioner samt nya berättar- och utgivningsätt.

Medieproduktionernas övergång till webb-, program- och molnbaserad teknik har tagit fart. Den globala komponentbristen bromsar dock utvecklingen. Komponentbristen syns som utdragna leveranstider och fördröjer nya projekt och förnyandet av mediernas specialutrustning.

I mediernas användargränssnitt pågår en kraftig omvälvning som påverkar sättet att konsumera medieinnehåll och andra tjänster som fungerar som tidsfördriv. Nya former av medieteknik bygger allt oftare på spelindustrin. Exempelvis testas mediebranschen i samarbete med andra aktörer inom branschen berättar- och utgivningsätt med förstärkt verklighet (AR) och virtuell verklighet (VR) och också Yle utnyttjar dem i innehållsproduktionen.

I den digitala sändningstekniken eftersträvas redan nästa generations bildupplösning, såsom 4K-sändningar, som Yle har provat på med goda resultat.

I Finland blir dataförbindelserna i sakta mak allt bättre i takt med att 5G-näten blir vanligare. Detta förbättrar också glesbygdsbefolkningens möjligheter att delta i det digitala samhället och ta emot modernt audiovisuellt innehåll. Tills vidare har antalet snabba fibranslutningar utanför städer och tätorter dock förblivit färre i Finland än i jämförelseländerna.

Satelliter med låga omloppsbanor som överförts till kommersiell användning också i Finland erbjuder för sin del möjligheten att förbättra bredbands-

förbindelserna i hushållen. I anslutning till detta har Yle redan gjort de första tekniska testerna.

I och med den nya tekniken ökar alternativen bland de olika smarta enheterna. Detta medför nya utmaningar för public service-bolagens och de kommersiella tv-bolagens tillgänglighet. Ett exempel på detta är smart-tv som ständigt utvecklas. I nya operativsystem och apparater är medieinnehållet ofta bara en applikation bland många andra tjänster, vilket gör det allt svårare att urskilja dem i utbudet.

AI-baserade text-, bild-, video- och tongeneratorer och deras innehåll blir vanligare. Bland annat har forsknings-samfundet OpenAI:s nya chattrobot-tjänst för artificiell intelligens ChatGPT fått stor publicitet. Tjänsten kan producera begripligt och nästan felfritt textinnehåll om olika ämnesområden. Stora globala teknologiföretag utvecklar motsvarande teknik. Ett sådant verktyg kan ha en betydande inverkan på till exempel

undervisningen, forskningen och innehållsproduktionen.

Metaversum, som baserar sig på den virtuella världen, och den decentraliserade web 3.0-tekniken, som grundar sig på blockkedjor, förutspås vara nästa teknologiska omvälvning. Globala teknologiföretag har investerat betydande summor i forskningen och produktutvecklingen av dem. Yle har utfört småskalig testning i anslutning till dessa.

I och med den tekniska utvecklingen har också frågor om etik och säkerhet blivit allt viktigare. Detta gäller till exempel utnyttjande av artificiell intelligens och data, algoritmernas funktionsmekanismer, dataskydd och integritet.

### KÄLLOR:

- EBU
- Finnpainel
- IAB Finland
- Kantar TNS
- Reuters Institute
- Statistikcentralen
- Yle



I programmet 8 minuter frågade vi forskardoktor Saara Särmä om det går att göra statlig propaganda med mem.

Bild: Silja Viitala/Yle

- ▶ Yle fortsatte att satsa på de digitala huvudtjänsterna och audioutvecklingen.
- ▶ Yle erbjöd mångsidigt public service-innehåll för olika befolkningsgrupper.
- ▶ Yle förberedde sig på undantagssituationer i radio, tv och på webben.

## 3.1 YLE I RADIO, TV OCH PÅ WEBBEN

Rysslands attack mot Ukraina, det livliga nyhets- och sportåret samt betoningen på försörjningsberedskapens betydelse hade en stor inverkan på Yles verksamhet 2022. Dessutom krävde det tredje coronapandemiåret fortfarande specialarrangemang i planeringen och produktionen av innehåll.

Yle satsade enligt strategin både på innehållsutveckling och på de digitala huvudtjänsterna Yle Arenan och Yle-tjänsten, som består av en egen applikation och webbtjänsten yle-fi. Bolaget förnyar den digitala utgivningen genom att utveckla sina traditionella kanaler så att de båda stöder varandra. Samtidigt bedömer vi de linjära kanalernas servicestruktur och antal.

När de digitala tjänsterna utgör en allt större del av medieanvändningen får Yle Arenan och Yle-tjänsten större betydelse som distributionskanaler för public service. Användningen av Yles båda tjänster ökade tydligt i alla åldersgrupper 2022.

Yle Arenans audiodrama *Mä haluun olla Nylon* berättar om Nylon Beats *Jonna* (Fanni Noroila, vänster) och *Erin* (Sonja Kuittinen).

Bild: Jukka Lintinen/Yle

## YLE-LAGEN OM TEXTINNEHÅLL

Enligt den nya 7 § 1 mom. i Yle-lagen ska tyngdpunkten i innehållstjänsterna vara inriktade på publikationer som innehåller rörlig bild eller ljud. Innehållet i textform ska i regel hänföra sig till bolagets publikationer av rörlig bild eller ljud. Undantag enligt 7 § 3 mom. i lagen är: kultur, lärande, korta nyhetsinnehåll från Finska Notisbyrån Ab, snabba och korta nyhetshändelser, nyheter på minoritetsspråk och myndighetsmeddelanden.

Innan ändringen trädde i kraft gav de ansvariga redaktörerna alla innehållsenheter anvisningar om tillämpningen av lagändringen.

Yles förvaltningsråd övervakar att Yle-lagen följs och fick den första lägesrapporten i september 2022. Yles publikationsverksamhet följer på ett heltäckande sätt lagändringarna som gäller innehåll i textform samt ljud och bild. Under perioden 1.8–31.12.2022 (då lagen redan trätt i kraft) var nästan 98 procent av Yles förstasändningstimmar video- eller audioinnehåll och endast drygt två procent textinnehåll.

Den reviderade Yle-lagen, som trädde i kraft i augusti 2022, ställde nya krav på Yles digitala utgivning. Under året förberedde sig bolaget för dessa krav genom att utveckla innehållsproduktionen och uppföljningssystemen. Bolaget förnyade Yle-tjänsten så att den motsvarar kraven i Yle-lagen.

Under året utarbetade Yles radio- och tv-kanaler, Yle Arenan och Yle-tjänsten samt arkivredaktionen omsorgsfulla beredningsplaner för att säkerställa en tillförlitlig informationsförmedling under alla förhållanden. Yle stärkte reservsystemet för informationsförmedling, tjänsten [vara.yle.fi](http://vara.yle.fi), i händelse av nätstörningar.

Yle fortsatte det omfattande arbetet med att förnya audioutbudet som bolaget inledde året innan och ökade satsningarna på utvecklingen av poddar. Den största förändringen skedde i början av hösten 2022, när allt audioinnehåll som publiceras på Yle Arenan flyttade under namnet poddar, vilket bättre motsvarar användarnas lyssnarvanor. I och med ändringarna ökade audio on demand-lyssnandet i tjänsten med 5 procent. Enligt den Nationella Radioundersökningen är Yle Arenan den mest använda inhemska audiotjänsten och den nådde i genomsnitt 750 000 lyssnare varje vecka.

Bolagets beslut att överföra nästan alla poddar från tredje parts plattformar

till Yle Arenan har visat sig vara lyckat. Överföringen stärker också Yles digitala tjänster och rykte som en mångsidig och högklassig innehållsplattform.

Den största förändringen bland radiokanalerna gällde Yle Puhe, som förändrades till en kanal för det bästa audioinnehållet och evenemangsidrott. Från och med år 2024 finns kanalens innehåll i fortsättningen på Yle Arenan och på andra radiokanaler.

Enligt den verksamhetsmodell som uppdaterades 2021 publicerar Yle i första hand sitt innehåll i sina egna tjänster. Bolaget producerar och publicerar innehåll också på tredje parts plattformar, om det är motiverat med tanke på utvecklingen av kundrelationen eller av uttrycks- och berättarformerna.

Med tanke på den totala räckvidden spelar plattformarna för sociala medier fortfarande en viktig roll, särskilt bland 15–29-åringar. Sociala medier fungerar som ett redskap för publikdialog och via dem är det möjligt att nå målgrupper som annars inte använder Yles tjänster. Samtidigt är syftet att styra publiken till Yles egna tjänster som Yle Arenan och Yle-tjänsten.

År 2022 inledde Yle arbetet med att skapa riktlinjer för sociala medier. Detta uppdaterar även Yles publikationsprinciper för de sociala medieplattformarna. Arbetet fortsätter under 2023.

## YLES KANALER OCH TJÄNSTER

År 2022 publicerade Yle program och tjänster på sex riksomfattande FM-radiokanaler och som digitalradio, på tre kanalplatser i tv och på webben.

### YLES TV-KANALER

- Yle TV1 – kanalen för nyheter, aktualiteter och fakta samt drama
- Yle TV2 – kanalen för sport och underhållning, speciellt för barn, unga och familjer
- Yle Teema & Fem (delad kanalplats)
  - Yle Teema – kanalen för kultur, historia och vetenskap
  - Yle Fem – ett brett programutbud för finlandssvenskar och för personer med intresse för svenskt och nordiskt utbud

Alla tv-kanaler finns även tillgängliga som HD, det vill säga högupplösning.

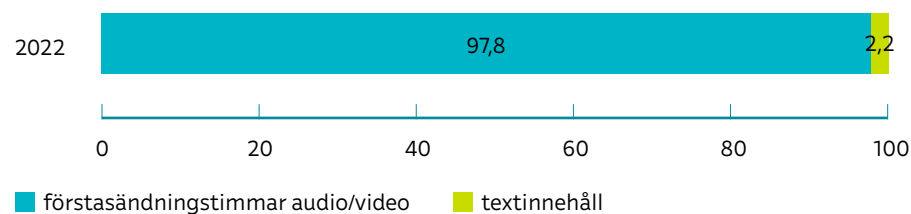
### YLES RADIOKANALER OCH TJÄNSTER

- Yle Radio 1 – kanalen för kultur och klassisk musik
- Yle Radio Suomi – kanalen för nyheter, aktualiteter och regionala program
- YleX – kanalen för populärkultur
- Yle Puhe – kanalen för talprogram (Yles förvaltningsråd beslöt den 7 februari 2023 att avsluta kanalen senast våren 2024)
- Yle Vega – kanalen för nyheter, regionalt innehåll, kultur, sport och aktualitetsprogram på svenska
- Yle X3M – ungdomskanalen på svenska
- Yle Mondo – flerspråkig radiotjänst i huvudstadsregionen
- Yle Klassinen – klassisk musik utan avbrott, digital radiotjänst på nätet
- Yle Sámi Radio – radiokanal på tre samiska språk i norr

### YLES WEBBTJÄNSTER

- Yle Arenan – inspelningar av radio- och tv-program, förhandsvisningar och poddar samt streaming av Yles radio- och tv-kanaler
- Yle-tjänsten – en tjänst för gemensamma innehåll, nyheter, sport och väder, aktiverande och engagerande tjänster för barn, innehåll från Yle Oppiminen för både undervisning och självstudier. Består av webbplatsen [yle.fi](http://yle.fi) och Yle-appen.
- Svenska.yle.fi – motsvarande webbtjänst på svenska, innehåller även BUU-helheten för barn samt material för lärande
- Yle Nyhetskollen – personliga nyhetsrekommendationer och smarta aviseringar
- Yle Teksti-TV och Yle Text-TV – nyheter, sport och programtablå
- Yle Sápmi – innehåll på tre samiska språk

### Andelen innehåll i textform av Yles förstasändningstimmar, procent



Förstasändningstimmar på Yles egna plattformar 1.8–31.12.2022. Textinnehållet har ändrats till timmar enligt en genomsnittlig läshastighet på 183 ord per minut.

## 3.2

**Yles Levande Arkiv** ansvarar för publiceringen av Yles omfattande arkivmaterial i webbtjänsten. Yle Elävä Arkisto/Yle Arkivet redigerar, sammanställer bakgrundsmaterial och publicerar hela program eller utdrag ur program i deras historiska kontext. Det äldsta filmmaterialet är över hundra år gammalt. Ingen annan tjänst i Finland tillhandahåller video- och audiomaterial med bakgrundsartiklar i samma omfattning.

Digitaliseringen av de omfattande och unika bild- och ljudbandssamlingarna i Yle Arkivet är nästan klart. Cirka 95 procent av samlingarna hade digitaliserats före utgången av 2022.

### 3.2. YLES UTBUD ENLIGT GENRE

Yle siktar på en hög kvalitet, mångsidighet och en egen profil i sitt utbud. Utgångspunkten för såväl Yles nyhets- och aktualitetsverksamhet som andra genrer är att i stor utsträckning lyfta fram olika finländares vardag, de synpunkter som råder i samhället samt förändringar som påverkar det finländska samhället. Innehållsplaneringen baserar sig på Yles lagstadgade uppgifter, stra-

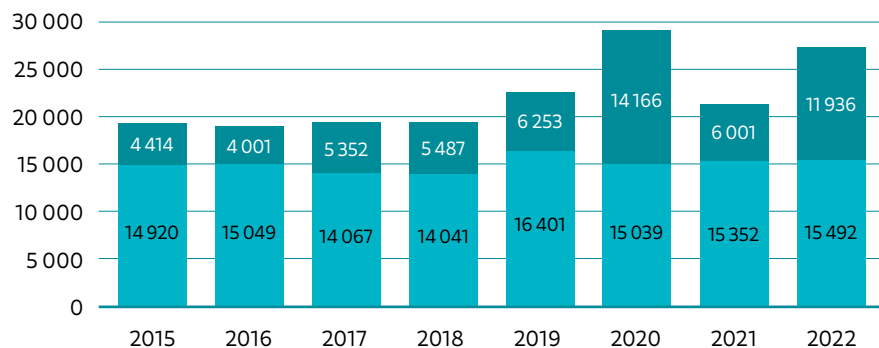
tegiska syften och värdena i Yles public service.

Med tanke på hur väl Yles utbud kan urskiljas ur mängden är det viktigt att mångsidigt berätta om ämnen och fenomen ur olika synvinklar. Då kan man till exempel beskriva förändringar som påverkar samhället och människors liv genom att fördjupa ämnesområdet och väcka insikter både i nyhets- och aktualitetsprogram samt faktainnehåll eller med hjälp av drama, kultur och underhållning.

Vid sidan av Yles egna betydande innehållsproduktion spelar programinköp en viktig roll när det gäller att bygga upp utbudet av public service. Principerna för public service-rundradioverksamhet styr inköpen av innehåll från inhemska produktionsbolag och från andra håll.

Av Yles tv-utbud var 54 procent av inhemskt ursprung. 88 procent av programutbudet kom från Europa, vilket klart överskrider de lagstadgade skyldigheterna för televisionsverksamhet. Nästan hälften av det programutbud som köptes utomlands ifrån producerades av oberoende produktionsbolag och en fjärdedel av andra rundradiobolag. I radio var andelen inhemska program 99 procent.

### Antal timmar för inspelade tv-program och direktsändningar på Yle Arenan 2015-2022



■ Inspelade tv-program, inkluderar Levande arkivet ■ Live tv-sändningar

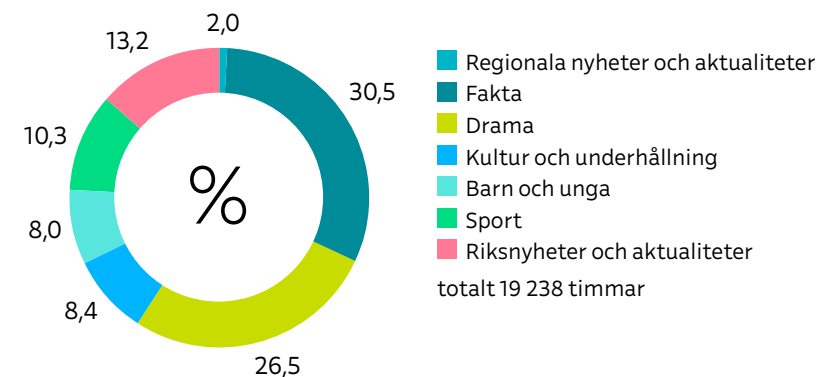
### Nyhets- och aktualitetsinnehåll

Inom den finska nyhets- och aktualitetsverksamheten var 2022 ett hektiskt år på grund av exceptionellt stora nyhets-händelser. Rysslands attack mot Ukraina och kriget i Europa, det första välfärdsområdesvalet, Finlands ansökan om Natomedlemskap, energikrisen samt en intensiv uppföljning av det ekonomiska

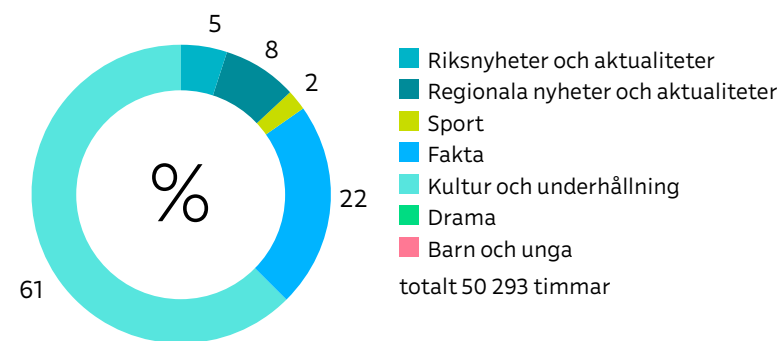
läget och den inhemska politiken krävde flexibilitet av personalen och en omfördelning av resurserna inom nyhetsverksamheten.

Dessutom påverkade det tredje coronapandemåret fortfarande planeringen av verksamheten såväl inom nyhetsverksamheten som i den övriga innehållsproduktionen. Bolaget kunde effektivt utnyttja de erfarenheter och

### Innehållens andel av programtimmarna i tv 2022, procent



### Innehållens andel av programtimmarna i radio 2022, procent



verksamhetsmodeller som det fått under pandemin i arrangemangen.

Under året fäste vi särskild uppmärksamhet vid nyhetsverksamhetens beredskap att agera i undantagssituationer såsom coronapandemin och överraskande konflikter. Nyhets- och aktualitetsverksamheten genomförde beredskapsövningar både självständigt och som en del av den riksomfattande beredskapsövningen.

Yle reagerade på förändringarna i det världspolitiska läget genom att öka korrespondenternas rapportering om Ukraina samt genom att utse en Natokorrespondent och en ny korrespondent till Kenyas huvudstad Nairobi i Afrika. Bolaget stärkte också nyhetsverksamheten på ryska och inledde våren 2022 nyheter på ukrainska, där man framgångsrikt testade AI-baserad maskinöversättning, som Yle News Lab har utvecklat i samband

med rundradioblagens tjänst *Ikkuna Eurooppaan*.

En av Yles lyckade nya satsningar var *Yle Utispodcast* som lanserades vårvintern 2022 och som på kort tid blev Finlands populäraste nyhetspodcast. I den finskspråkiga regionala verksamheten stärkte Yle sin närvaro på tre nya orter genom att grunda lokalredaktioner i Raumo, Jämsä och Varkaus.

Yles egen nyhetsredaktion för unga stärker nyhetsutbudet för unga och unga vuxna. Redaktionen producerar daglig nyhetsjournalistik och aktualitetsinnehåll. Den ansvarar också för Yle Mix, en nyhetstjänst för barn, vars utveckling Yle satsade på under året. Utöver de egna plattformarna använde sig Yle av TikTok och Instagram som är populära bland målgruppen. Yle är Finlands största nyhetstjänst i bägge.

Liksom tidigare år upplevs Yle som Finlands mest pålitliga nyhetsmedia.

Av finländarna litar 85 procent på Yles public service-nyhetsverksamhet, vilket är två procentenheter mer än året innan. Lika många upplever att man bland Yles innehåll och tjänster möter många olika synsätt, världsbilder och människor som tänker annorlunda. (Nyhetsvärderingar 2022, IRO Research Oy)

### Sport och evenemang

Yles strategiska mål är att öka närvaron, dialogen och olika sociala evenemang bland finländarna. Som en del av Yles innehållsproduktion erbjuder evenemangen en möjlighet till möten för medborgarna och förmedlar kultur, aktuella diskussioner, nationella festligheter, sport och underhållning även till de finländare som inte själva kan delta i evenemangen.

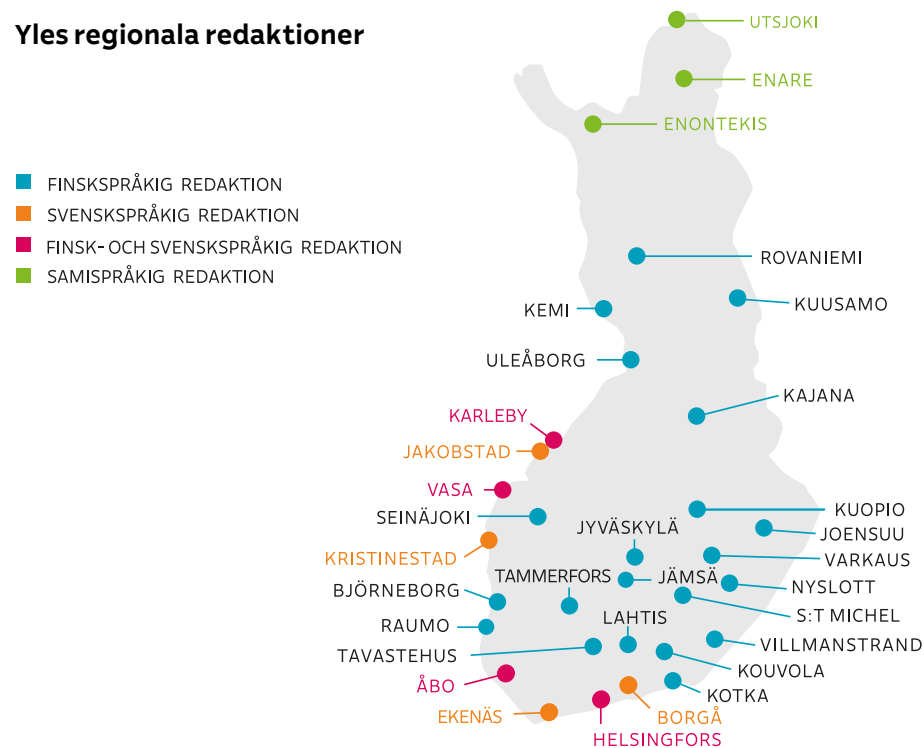
Yle genomför allt oftare evenemang som engagerar medborgarna också i

samarbete med olika samhällsaktörer och den kreativa branschen. Detta erbjuder samtidigt arbetstillfällen till exempel för aktörer inom kultur- och evenemangsbranschen.

Under 2022 behandlades flera aktuella teman i evenemangen. Yle förverkligade med snabb tidtabell bland annat den stora stödkonserten *Hjälptill Ukraina*, som ordnades i Helsingfors Kulturhus i mars. Med i samarbetet var Finlands Röda Kors, Rädda Barnen rf, Unicef och Kyrkans Utlandshjälp. Konserten samlade in 6 miljoner euro i donationer till humanitärt bistånd för ukrainare.

Som en del av Yles och Dialogpaus-stiftelsens samprojekt ordnades höstens första *Hyvin sanottu - Bra sagt-diskussionsfestival* i Tavastehus, som 70 samarbetspartners deltog i. En del av diskussionerna kunde publiken också följa på Yle Arenan och via Yle-

### Yles regionala redaktioner



Reetta Rönkä och Heikki Valkama (till höger) leder Finlands populäraste nyhetspodcast – Yle Utispodcast.

Bild: Benjamin Suomela/Yle

tjänsten. Det femåriga projektet *Hyvin sanottu - Bra sagt*, som inleddes för två år sedan, strävar efter att främja en konstruktiv diskussionskultur i Finland. I projektet deltar 160 olika aktörer, allt från statsförvaltningen till privata företag och organisationer.

*Aurora - framtidsevenemanget i fjällen* representerar ett nytt slags partnerskapssamarbete. Evenemanget arrangerades nu för andra gången och temat var klimatförändringen och jämställdhet. Även dessa diskussioner kunde följas via Yle Arenan. Dessutom hade finländarna möjlighet att möta varandra och Yles innehållskreatörer på sommarens Yle Punkten-evenemang som denna gång ordnades i Vasa och Villmanstrand.

År 2022 ordnades ovanligt många stora idrottsmästerskap, och Yle kunde på ett mångsidigt sätt förmedla internationell elitidrott och inhemska vinter-

och sommargrenar i tv, radio och på webben.

Till årets största satsningar hörde vinter-OS i Peking, VM och EM i friidrott i USA respektive Tyskland, EM i damfotboll i England samt VM i herrfotboll i Qatar, dit Yle skickade två redaktörer för att rapportera om människorättsituationen i landet på finska och svenska. I övrigt genomfördes tävlingssändningarna på distans från studion i Böle.

De olympiska vinterspelen i Peking nådde rekordartat 3,9 miljoner finländare. Tävlingarna ökade användarantalet på Yle Arenan betydligt, över 40 procent jämfört med året innan. Yle visade även de paralympiska spelen som ordnades i Peking efter de olympiska spelen.

Idrotten har en viktig roll när det gäller att erbjuda gemensamma erfarenheter i ett samhälle med differentierade levnadsvanor. I sitt idrotts-

utbud lyfter Yle också fram grenar med färre utövare och ökar grenarnas synlighet. Yle har under flera år arbetat målmedvetet och framgångsrikt även för att främja jämställdheten inom idrott och motion.

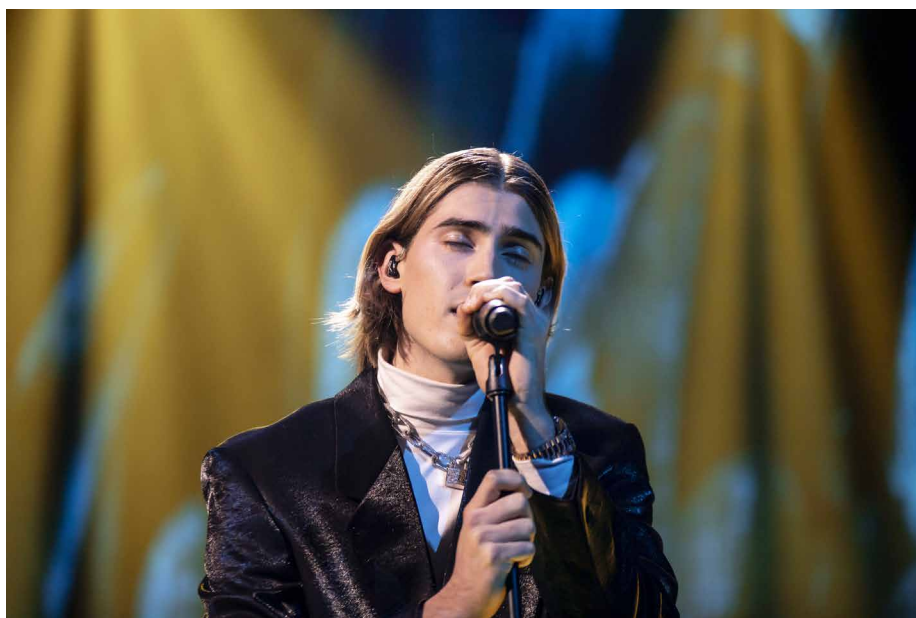
Den internationella konkurrensen om visningsrätter för innehåll har skärpts ytterligare och i och med de stigande priserna blir det allt svårare för nationella aktörer att skaffa sig rättigheter till de mer ansedda idrottsevenemangen. Genom att ingå flera partnerskap och dela på rättigheter har Yle lyckats bevara sportutbudet på nuvarande nivå och kan erbjuda ett omfattande utbud av grenar fram till slutet av årtiondet. Till exempel delade Yle år 2022 rättigheterna för de olympiska spelen i Peking med Warner Bros. Discovery och under VM i herrfotboll samarbetade Yle med MTV3, som hör till Telia-koncernen.

Till Yles nya partneravtal hör bland annat visningsrättigheterna för FM i rally 2023–2025, Kungstravet 2023–2025 och VM i innebandy 2023–2026.

### ***Drama, fakta och kultur samt utbud för barn och unga***

Yle erbjöd under året ett mångsidigt utbud av faktainnehåll, drama, kultur, lärande och allmänbildning samt innehåll för barn och unga i enlighet med sin uppgift. Bolaget fortsatte systematiskt med innehållsutvecklingen inom alla genrer och skapade nya öppningar med hjälp av nya berättarsätt för att reagera på förändringarna i medieanvändningen.

Av inhemska produktionsbolag köpte Yle liksom tidigare år främst drama, underhållning, dokumentärer och faktainnehåll som i enlighet med strategin



Stödkonserten *Hjälp till Ukraina* ordnades på Kulturhuset i mars och under konserten samlades rekordmängden sex miljoner euro in för humanitär hjälp. Bland annat Robin uppträdde under evenemanget.

Bild: Nelli Kenttä/Yle



År 2022 sände Yle mästerskapen i damfotboll. På bilden Helmarispelaren Juliette Kemppe och tyska Svenja Huth.

Bild: Tomi Hänninen/Chilipictures



riktar sig särskilt till personer under 45 år. Yle har ökat inköpen av drama under de senaste åren och Yles egna dramaproduktioner fokuserar på audiodrama och dramainnehåll för barn.

År 2022 skaffade bolaget innehåll från inhemska produktionsbolag för sammanlagt 42,9 miljoner euro och köpte dessutom andra upphovsersättningar, produktionstjänster och program från europeiska producenter för 35,3 miljoner euro. Antalet externa programinköp, sammanlagt 79,2 miljoner euro, överskrider klart det mål som den parlamentariska arbetsgruppen ställde upp 2016. Internationella programinköp, som främst består av drama, dokumentärer och innehåll för barn står för cirka tre procent av Yles totala innehållsbudget.

Liksom tidigare år förmedlade Yle nationellt viktiga festligheter, konserter och andra kulturevenemang inom olika konstområden i radio, tv och på webben. Till årets mest tittade program hör tra-

ditionellt *Tävlingen för ny musik*, *Eurovisionen* och självständighetsdagens *Fest på slottet*, som nådde nästan tre miljoner finländare på självständighetsdagen.

I samband med dessa evenemang utnyttjade bolaget nya metoder för digital interaktion och ny teknologi, av vilka den virtuella Roblox-världen under *Fest på slottet* i synnerhet intresserade den unga publiken och *Kuusijuhlan Taikametsä* som var ett försök inom den förstärkta verkligheten (AR).

**Yles utbud av kultur- och fakta-innehåll** omfattar allt från olika konstområden till aktuella ämnen, historia, vetenskap och lärande. I faktainnehållet behandlar vi också teman med anknytning till hälsa, välmående och livsstil. Dessutom innehåller utbudet diskussionsprogram, kulturjournalistik samt ett mångsidigt utbud av dokumentärer och både inhemska och utländska naturprogram.

I faktainnehållet, liksom i Yles inhemska dramainnehåll lyfter vi även

fram förändringen i det finländska samhället och mångfalden av olika livsstilar, med sina regionala och kulturella särdrag.

Under året lanserade Yle flera inhemska dokumentärserier som intresserade finländare i olika åldrar. Till dessa hör bland annat *Untold arctic wars*, *Kåken* som berättar om invånarna i ett kvinnofängelse samt *Finland under kalla kriget* som diskuterades i samhällsdebatten redan föregående år. Serien *Tervo & Halme på jakt efter sann finskhet* som besökte flera orter på olika håll i Finland på sin jakt efter finskhetens väsen representerar också mångfalden av teman tillsammans med *Maskinmännen laddar upp på Tuben*, där man följer med tre nordsavolaxares vardag och tankar om livet i östra Finland.

Till de största satsningarna i Yles egna underhållningsproduktion hörde *Jukka Lindströms Historik*, som var en exceptionellt stor komediproduktion. Det satiriska programmet som utspelar

sig i framtiden behandlar nutidens samhälleliga fenomen genom 2040-talets linser.

I faktainnehållet satsade Yle på utvecklingen av podcasts som en del av bolagets audioreform. Bland de poddar i Yle Arenan som väckt stort intresse och popularitet finns bland annat *Sukuni murhamysteeri* om mordet på kompositören Toivo Kuulas samt *Tiedetrippi*, som på ett nytt sätt förenar vetenskapsjournalistik och hörspel. Utöver det övriga innehållet producerade Yle en stor mängd musik- och naturprogram för Yle Radio Suomi och musik-, kultur-, vetenskaps-, historie- och diskussionsprogram för Yle Radio 1.

Minnet av skådespelaren och sångaren Vesa-Matti Loiris liv och karriär hedrades stort på Yles kanaler och på Yle Arenan tillsammans med finländarna. I direktsändningen som dedikerades till Loiri fick publiken bland annat se finländarnas videohälsningar och minnen om den avlidne konstnären.



*Tervo & Halme på jakt efter sann finskhet* är en humoristisk resedokumentär i vilken författare Jari Tervo (vänster) och kreativa chefen Jani Halme reser runt i Finland för att ta reda på vad som är typiskt finskt just nu.

Bild: Gimmeyawallet Productions Oy



I *Galaxi*, som riktar sig till barn i skolåldern, pysslar och stajlar programledaren Emma saker i sin DIY-studio.

Bild: Laura Pohjavirta/Petteri Aalto

**För unga och unga vuxna** erbjuder Yle förutom nyheter även drama, dokumentärer, spel innehåll samt fakta-innehåll och musik. I dessa behandlas ämnen som berör de ungas liv samt samhällsrelaterade teman. Innehållshelheterna för unga och unga vuxna omfattar bland annat *Abitreenit*, *Docstop*, *Summeri* samt ungdomsmedierna *Yle Kioski* och *YleX*.

Yle Kioski och YleX fortsatte med att utveckla innehåll och tjänster för unga och unga vuxna enligt strategin. De publicerar innehållet på Yle Arenan, Yle-tjänsten och i radiokanalen YleX samt på de plattformar i sociala medier som målgruppen föredrar. I enlighet med publiceringsstrategin flyttade Yle Kioski under året produktioner från tredje parts plattformar till Yle Arenan.

Yle utnyttjar sociala medier särskilt för att nå 15–29-åringar. Jämfört med andra använder denna målgrupp inte Yles övriga public service-innehåll lika aktivt. Yle ökade framgångsrikt sin närvaro bland annat på TikTok, där till exempel kontot *Yle Kioski eduskunnassa* gör det möjligt för tiotusentals unga att bekanta sig med det politiska beslutsfattandet.

Bland det underhållande utbudet urskiljer sig också *Viki ja Köpi Show*. De från YleX kända programledarna fortsätter med sitt program, som riktar sig till unga, som en direktsändning på Yle Arenan.

**Yles inlärningsinnehåll** fokuserar på livslångt lärande och självutveckling. Inlärningsinnehållet är tillgängligt på webben på lika villkor för alla medborgare och tillsammans med Yles övriga innehåll, t.ex. Yle Arenan, utnyttjas det bland annat som stöd för undervisningen i skolorna. Yle erbjuder inte innehåll enligt läroplanen.

Yles utbud om lärande omfattar teman som stöder allmänbildning och livslångt lärande samt innehåll som stöder de digitala färdigheter och mediefärdigheter som behövs i dagens

samhälle. År 2022 satsade Yle särskilt på mediefostran bland annat genom projektet Yle Nyhetsskolan och Yle Vetamix för högstadiel elever.

**I Yles innehåll för barn** fortsatte bolaget att förnya utbudet för personer under 15 år. Yle ökar utbudet särskilt för 7–14-åringar, som är den åldersgrupp som bolaget når sämst. För barn i skolåldern har Yle för åren 2022–2023 skaffat mer drama och animation än tidigare. Innehållshelheten i *Galaxi* är riktad till åldersgruppen och en del av innehållet nådde sin målgrupp väl, bl.a. sketchserien *Men tänk om...?* där vardagliga situationer är under lupp samt musikalen *Swang*, som funderar på glädjeämnen och utmaningar i att växa upp och att ha vänner.

Den bärande principen för Yles innehåll för barn är att erbjuda barnen utvecklande och tryggt innehåll som stöder barnets olika åldrar. Flagg-skeppet *Lilla Tvåan* för barn under skolåldern är en multimedial helhet som utöver tv och Barnens Arena även omfattar *Lilla Tvåans* och *Eskaris* appar, som erbjuder barnen stimulerande uppgifter. Under året åkte *Lilla Tvåan* dessutom på turné och besökte tio orter.

Innehållet för barn utgår i större utsträckning än tidigare från en högklassig egen produktion som kompletteras av ett internationellt programutbud och inhemsk beställningsproduktion. I barnprogrammen har Yle också systematiskt satsat på att betjäna specialgrupper, t.ex. med innehåll på teckenspråk.

Under året utarbetade bolaget en ny musikstrategi. Strategins mål är att med musikinnehåll nå en ny ung publik och intensifiera samarbetet mellan dem som arbetar med musikinnehåll inom bolaget. I och med musikstrategin blir det också lättare att hitta och paketera musikprogram på Yle Arenan.

Utöver konserter och musikprogram förmedlade Yle kulturevenemang i radio, tv och på Yle Arenan. Under året spelade

vi bland annat in *Mästarna*-turnéns konsert, isbaletten *Snödrottningen* och den andra delen av Wagners operaserie *Ring*.

Coronabegränsningarna överskuggade ännu i början av året **Radions symfoniorkesters** verksamhet, men från och med mars uppträdde orkestern igen inför livepublik i Musikhuset konsertsal. Sändningarna från konserterna i tv, radio och på Yle Arenan nådde en allt större publik efter pandemiåren. Programutbudet innehöll nya verk från flera inhemska kompositörer och framstående gästande konstnärer.

Internationaliseringen syns på många sätt i RSO:s verksamhet och orkesterns goda rykte lockar toppmusiker från olika håll i världen till provspelningar. Bland annat ansågs skivinspelningarna av Jean Sibelius och Thomas Adès verk under ledning av chefsdirigenten Nicholas Collon vara bland årets bästa t.ex. i den brittiska och franska pressen. Orkestern uppträdde 2022 på BBC:s Proms-festival i en fullspäckad konsertsal och gjorde en konsertturné i Tyskland, som var en publik- och kritikerframgång.

Vid sidan av den inhemska produktionen fortsatte Yle det aktiva samarbetet och programutbytet med de nordiska systerbolagen (SVT, DR, NRK, RÚV). I synnerhet vid inköp av drama är samarbetet till nytta, då visningsrätterna blir dyrare och samarbetet möjliggör samproduktioner. År 2022 såg vi på Yles kanaler bland annat dramaserien *Transport* som Auli Mantila regisserat och som fokuserade på matförfalskning och ekonomisk brottslighet. De nordiska rundradiobolagen deltog tillsammans i finansieringen av dramaserien.

Yles mål är att göra finländska produktioner mer tillgängliga för internationell distribution. År 2022 grundade aktörerna inom den inhemska audiovisuella branschen ett gemensamt exportföretag för att främja internationaliseringen av den inhemska innehållsproduktionen. I sammanslutningen

Focus on Finland deltar Yle, Finlands filmstiftelse, Elisa Viihde, centralen för audiovisuell kultur AVEK samt APFI ry som representerar de audiovisuella producenterna och övervakar samt koordinerar projektet.

Målet är att stärka marknadsföringen av finländskt innehåll vid internationella evenemang inom branschen och öka de finländska innehållsproducenternas möjligheter att få internationell finansiering, nya arbetstillfällen, försäljning och distribution.

### **Inhemska producenters roll i Yles utbud**

Samarbete med inhemska produktionsbolag utgör ett viktigt element i Yles public service-uppdrag. Yle köper in färdigt innehåll från inhemska produktionsbolag och deltar i samproduktioner. Dessutom finansierar och utvecklar Yle i samarbete med aktörer inom den audiovisuella branschen nytt innehåll och nya innehållsformat.

Yle köper visningsrätter för inhemska filmer och är en betydande finansiär av dessa filmer. Yles förköp av visningsrätterna står ofta för 10–30 procent av den totala finansieringen. Nästan hälften av alla inhemska filmer görs med hjälp av finansiering från Yle.

Yle beställer årligen dramainnehåll, allt från långa dramafilmer till tv-serier, dokumentärer och musikalerna. De program som visas på Yles kanaler och på Yle Arenan har fått många av tv-branschens Gyllene Venla-priser och intresserar finländare i olika åldrar. Exempel på detta är musikprogrammet *Mitt livs låt*, framgångsrika serien för unga vuxna *Vuxna!*, *Eränkävijät* och *Soffpotatisarna* som redan är inne på sin 15 säsong. Där ser vi vanliga finländare från olika delar av Finland dela med sig av sina erfarenheter av inhemska program.

Yle har en särskilt stor betydelse för inhemska dokumentär- och kortfilms-

produktioner, eftersom Yle är deras viktigaste distributör. Också i rollen som finansär erbjuder Yle dokumentär- och kortfilmer synlighet och arbetstillfällen för upphovsmännen. Både stora och små produktionsbolag producerar faktaprogram för Yle. De faktaserier som Yle skaffar avviker från de kommersiella mediernas utbud och fokuserar på att beskriva finländarnas vardag och på dokumentär- och realityserier som belyser samhällsfenomen.

Tyngdpunkten i audioinköp låg på poddserier som publicerades på Yle Arenan 2022. Dessutom skaffade Yle några nya radioserier till sina kanaler.

### Svenska Yle - innehåll och tjänster

Svenska Yle ansvarar för Yles public service-uppdrag på svenska. År 2022 nådde Svenska Yles innehåll och tjänster ut till 91 procent av finlandssvenskarna varje vecka, dvs två procentenheter mer än i fjol (2021: 89 procent). Räckvidden har därmed återgått till samma nivå som för två år sedan.

Enligt finlandssvenskarna har Svenska Yle lyckats väl i sitt public service-uppdrag. Vitsordet har förbättrats i jämförelse med fjolåret. I en årlig undersökning fick Svenska Yle vitsordet 4,6 på skalan 1–6 på frågan hur väl public service-uppdraget sköts (år 2021: 4,4).

Traditionell radio och tv har fortfarande stor betydelse för finlandssvenskarna och för tvåspråkiga finländare. Radiokanalen Yle Vega, som riktar sig till personer över 30 år, nådde 52 procent av finlandssvenskarna, vilket innebär att lyssnandet ökade i jämförelse med fjolåret. Räckvidden för ungdomskanalen Yle X3M minskade däremot med 19 procent per vecka, vilket motsvarar målgruppens förändrade mediebetende. Yle Fem, som delar kanalplats med Yle Teema, nådde varje vecka 43 procent av finlandssvensk-

arna, vilket är två procentenheter färre än ifjol.

Betydelsen av Yle Arenan som utgivningsplattform ökar hela tiden i takt med att medieanvändningen förändras. Svenska Yle har målmedvetet ökat tjänstens innehåll under de senaste åren. Den svenskspråkiga Yle Arenan nådde 48 procent av de svenskspråkiga i Finland varje vecka, vilket är snäppet mindre än tidigare år. Svenska Yle flyttade i december år 2021 samtliga av sina poddar från tredje parts plattformar till Yle Arenan, vilket medfört en märkbar ökning i audiolyssningen.

### Innehåll och utgivning

Det rådande världsläget och Rysslands anfallskrig mot Ukraina har haft betydande inverkan på Svenska Yles nyhetsverksamhet och betonat dess beredskapsroll i undantagslägen. Vid inledningen av kriget stärkte Svenska Yle sin utrikesbevakning för att möjliggöra en närvarande och mångsidig rapportering av skeendena i Ukraina och Ryssland, bland annat på plats från Ukraina och Polen.

I slutet av året återgick en redaktör till att arbeta heltid med bevakningen av Ryssland. Reportern var stationerad i Helsingfors med beredskap att göra reportageresor till Ryssland och dess närområden. Den svenskspråkiga redaktionen har under året även gjort riktigt med innehåll om den utrikes- och säkerhetspolitiska situationen i Finland.

Som en nyhet förverkligade Svenska Yle i samarbete med Sveriges public service-bolag SVT under våren en gemensam sändning där man omfattande behandlade de olika skedena och bakgrunden till Finlands och Sveriges Natoprocesser. Sändningen visades på Yle Fem och Yle Arenan, samt Sveriges Televisions motsvarande webbtjänst SVT Play och på tv-kanalen SVT1.

Den lyckade samsändningen gav en god grund för liknande samarbeten i framtiden.

Det första välfärdsområdesvalet i januari var en stor satsning både för Svenska Yles riksverksamhet och för den regionala verksamheten. Svenska Yle erbjöd under valet alla kandidater och röstberättigade en valkompass på svenska. Välfärdsområdesvalets teman och valvakan bevakades i radio, tv och på webben både på nationell nivå och från flertalet orter. Utöver Valkompassen erbjöd Yle som pilotprojekt även sin resultatjänst till flera svenskspråkiga tidningar.

Under året förberedde sig Svenska Yle även för förändringarna i och med den reviderade Yle-lagen som trädde i kraft i augusti 2022. Lagändringen krävde i viss mån ändringar i arbetssätt, framförallt inom nyhetsverksamheten.

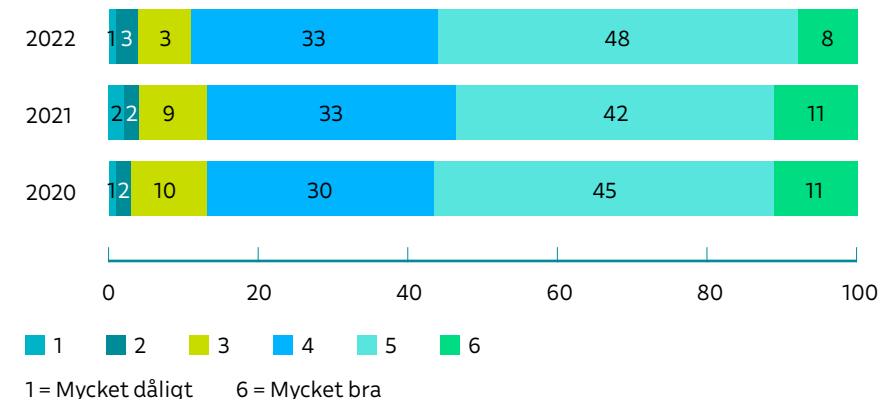
Utöver det livliga nyhetsåret var även stora nationella festevenemang, så som *Fest på slottet* samt *Tävlingen för ny musik* och *Eurovisionen* stora sats-

ningar för Svenska Yle. På samma sätt producerades även mångsidigt innehåll på svenska i fråga om de internationella och nationella idrottsmästerskapen. De här omfattas bland annat av vinter-OS i Peking, damernas EM i fotboll i Storbritannien och herrarnas VM i fotboll i Qatar. Svenska Yle sände sin egen redaktör till Qatar för att rapportera om människorättssituationen och tävlingsarrangemangen.

Yle förmedlade även en del NHL-matcher, som alla referades också på svenska. Finlandssvenskarna fick även följa med storeevenemanget Stafettkarnevalen som ordnades efter en paus på två år.

I enlighet med strategin har Svenska Yle vid sidan av digital publicering, även riktat resurser mot utvecklingen av audio- och videoinnehåll, bland annat poddar inom olika ämnen. Populära audioinnehåll bland finlandssvenskarna har bland annat varit *Nyhetspodden* och kulturpodden *Sällskapet*. Alla svensk-språkiga poddar finns tillgängliga på Yle

### Hur väl har Svenska Yle lyckats i sitt public service-uppdrag 2020–2022, procent



Källa: Yles betydelse för finlandssvenskarna 2022, IRO Research Oy

Arenan, vilket förbättrar möjligheten att hitta dem.

Svenska Yle utvecklar aktivt innehåll för barn och unga med Yle Arenan som främsta publiceringsplattform. Under 2022 förnyades Svenska Yles barnprogramshelhet BUU-klubben från grunden för att bättre motsvara medievanorna hos dagens barnpublik. Det förnyade konceptet bygger på en starkare egen dramaturgisk helhet och mindre på inköpta internationella barnprogram. I och med förnyelsen kommer BUU-klubben också att satsa mera på närvaro i daghem och på evenemang runt om i Svenskfinland.

Svenska Yle erbjuder även mångsidigt fakta- och kulturinnehåll ur ett finlandssvenskt perspektiv. En annan förnyelse stod *Livet - Berättelser från Svenskfinland* för. Programmet bjuder på intressanta personer från hela Svenskfinland, deras vardag, livsöden och berörande berättelser. Som andra program kan även det ses på Yle Arenan.

Flera av Svenska Yles mest populära program och innehåll fyllde jämna år under 2022. Det folkära livsstilsprogrammet *Strömsö*, på Yle TV1 och Yle Fem fyllde 20 år i augusti. Under åren har *Strömsö* gått från att vara ett vecokvist tv-program till ett mångmedialt



Man kan lyssna på aktualitetspodcasten *Mâ st jiöm mainste čä ääkkain* på skoltsamiska med Jannica Gauriloff som programledare på Yle Arenan.

Bild: Vesa Toppari

koncept som engagerar massvis med finländare. I juli ordnades öppet hus på *Strömsö* i Vasa. Evengemanget lockade tusentals besökare från hela Finland.

Yle X3M, för ungdomar, firade också sina 25 år bland annat med en retrovecka och ny visuell identitet. Vid sidan av radiokanalen publiceras innehåll för unga med betoning på Yle Arenan och på för unga populära digitala plattformar. Under året har Yle X3M också satsat på livestreamade och interaktiva evenemang, exempelvis den traditionella Näsdaysändningen för ett välgörande ändamål och *Rollspelskvällen*.

Under hösten fyllde ett av Svenska Yles långvarigaste radioprogram, *Tongåvan* på Yle Vega, 60 år. Programmet uppmärksammades bland annat med en jubileumssändning och artiklar där hängivna lyssnare medverkade.

Svenska Yle fortsatte sitt samarbete med aktörer inom den kreativa branschen samt förhandlade om nya samarbetsmöjligheter. Under året utvecklades samarbeten bland annat inom utbildningar i journalistik, delat innehåll och datajournalistik. Samarbeten behandlas närmare i stycke 5.2.

### 3.3 TJÄNSTER PÅ SAMISKA

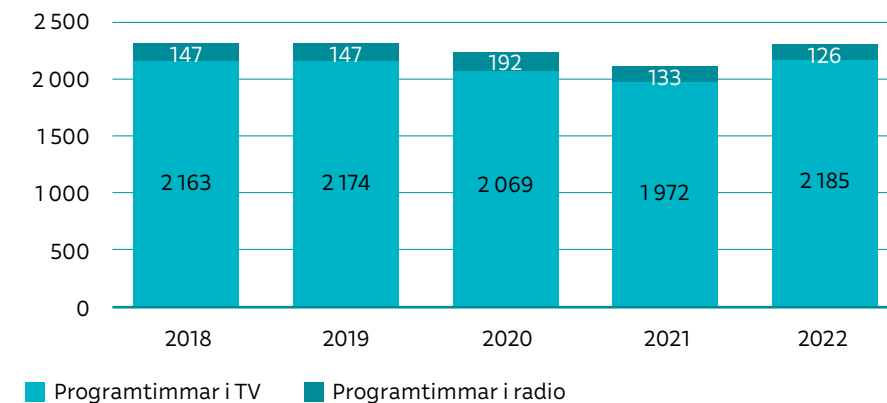
Yles samiska redaktion **Yle Sápmi** ansvarar huvudsakligen för Yles public service på samiska. Dess uppgifter omfattar innehåll och tjänster på samiska som behandlar samisk kultur och som redaktionen producerar på de tre samiska språken som talas i Finland, dvs. enaresamiska, skoltsamiska och nordsamiska samt finska.

Yle är det enda mediet i Finland som erbjuder innehåll på samiska i denna omfattning. Förutom nyhets- och aktualitetsinnehåll innehåller utbudet kultur, innehåll för barn och unga samt andligt innehåll för radio, tv och webben. Innehållet har en viktig roll när det gäller att stärka de samiska språkens och kulturrens livskraft.

Den samiska redaktionen har cirka 20 heltidsanställda. Redaktionen har lokaler i Utsjoki, Enontekis och Enare, där det förutom radiostudion även finns tv-produktionslokaler. Redaktionen har också redaktörer i huvudstadsregionen.

Enligt sametingets statistik bor redan över hälften av samerna utanför samernas hembygdsområde. Därför är det

Tjänster på samiska i radio och tv 2018–2022, timmar



viktigt att innehållet på samiska också finns tillgängligt i Yles digitala tjänster, såsom Yle Arenan.

**Yle Sámi Radio** sände på vardagar cirka 8,5 timmar radioprogram på samiska per dag, vilket är något mer än året innan. I programmen kan man varje dag höra de tre samiska språken som talas i Finland. Det finns mest innehåll på nordsamiska, men även de mer sällsynta enaresamiska och skoltsamiska ingår nästan dagligen i sändningarna.

Med tanke på de hotade samiska språken är Yle Arenan, där innehållet är tillgängligt utanför sameområdet, en ännu viktigare plattform än radion. Förutom unga samer följer också äldre generationer allt mer innehållet på samiska i mobilen och på Yle Arenan vid sidan om traditionell radio och tv. Detta påverkar också produktionen av innehåll på samiska.

I november 2022 publicerade Yle världens första skoltsamiska podcast på Yle Arenan. Innehållet utvecklades i samarbete mellan skoltsamerna, Yles nyhets- och aktualitetsverksamhet och utvecklingsteamet för sport. Podcasten *Má'st jiôm mainste'če ääkkain* publiceras två gånger i månaden på Yle Arenan och i Yle Sámi Radio. Den riktar sig särskilt till skoltsamiska unga vuxna som behöver diskutera gemensamma frågor och stärka känslan av samhörighet.

Avsikten är att i fortsättningen utveckla en motsvarande tjänst även för den enaresamiska och nordsamiska publiken i Yles digitala tjänster.

**Yle Sápmis utbud i tv** för samiskspråkiga tittare bestod främst av nyheter och aktualitetsinnehåll samt innehåll för barn. Det genomsnittliga tittarantalet för *Yle Ođđasat*-nyheterna på samiska ökade 2022 med över en fjärdedel till 209 000 tittare, vilket tyder på ett intresse för inrikesnyheter på samiska. Däremot sjönk tittarsiffrorna för den samnordiska *Ođđasat*-förstasändningen med ca en tredjedel till 40 600 tittare.

Redaktionen producerade under året också semifinalerna i *Tävlingen för ny musik UMK* och *Eurovisionen* samt final-sändningen på nordsamiska och enaresamiska på Yle Arenan med hjälp av digitala interaktionsmodeller. På Yle Arenan sändes dessutom på påsklördagen samernas eurovisionstävling *Sami Grand Prix*, som producerades av NRK. Tävingen samlade tusentals samiskspråkiga kring gemensamma musikupplevelser.

Till årets viktigaste evenemang för det samiska folket hörde också begravningen av kvarlevorna av samer som använts inom rasforskning under tidigare århundraden. Begravningen ägde rum på sensommaren i Enare och sändes på Yle Arenan. Dessutom behandlade redaktionen under året aktuella nyhets-teman samt lokala evenemang på olika håll i Samelandet som är viktiga för samesamhället.

För att betjäna de samiskspråkiga ungdomarna fortsatte den samiska redaktionen att utveckla innehållet i ungdomsprogrammet *Sohkaršohkka* med hjälp av nya berättarformer och genom att publicera mer innehåll på Yle Arenan och i sociala medier. I början av 2022 publicerades dessutom en minidokumentärserie på Yle Arenan som handlar om minoriteter och mångfald i samesamhället.

Yle Sápmi producerar också **webbartiklar** på enaresamiska, skoltsamiska och nordsamiska samt på finska. Artiklarna har en regelbunden läsarkrets med ca 50 000 sidladdningar varje vecka, av vilka knappt hälften består av unga publik. Kraven i den reviderade Yle-lagen på att innehållet ska hänföra sig till audio och video gäller inte dessa innehåll. På den förnyade webbplatsen [yle.fi/sapmi](http://yle.fi/sapmi) publiceras dock också fler nyhetsvideor och mer audioinnehåll än tidigare, vilket betjänar den ändrade medieanvändningen.

Den samiska **barnredaktionen** har fäst särskild uppmärksamhet vid Yle Are-

## Specialtjänster i programtimmar



### I TV OCH PÅ YLE ARENAN 2022 (2021 INOM PARENTES)

- Oddasat 221 h (178)
- Novosti Yle nyhetssändningar i tv och på Arenan 29 h (28)
- Teckenspråk sammanlagt (inkl. sv. och fi. tecken) 417 h (320)
- Yles Nyheter på lätt finska 40 h (16)
- Syntolkning 147 h (142)

### I RADIO OCH PÅ YLE ARENAN 2022 (2021 INOM PARENTES)

- Romano mirits 13 h (13)
- Yle News 19 h (18)
- Yles Nyheter på lätt finska 40 h (31)
- Yle Nyheter på lätt svenska 21 h (21)
- Yle uudizet karjalakse 3 h (3)

nans möjligheter som publiceringsplattform. All ny barnproduktion publiceras först på Yle Arenan för att bättre motsvara de förändrade användarvanorna. På tv har det genomsnittliga tittarantalet för det samiska barn-tv-programmet *Unna Junná* minskat klart då barnfamiljerna i allt högre grad har börjat använda streamingtjänster.

De samiska avsnitten av *Mumindalen* som publicerades 2020 kan fortfarande ses på Yle Arenan och de har som mest 70 000 starter. Under 2022 inleddes planeringen och produktionen av nya avsnitt av *Mumindalen* på samiska, och seriens tredje säsong kan ses på hösten 2023.

De samiska språken är hotade språk och därför är det ytterst viktigt att upprätthålla yrkeskunskapen hos de redaktörer som arbetar inom branschen. Den journalistiska kompetensen hos de anställda vid den samiska redaktionen upprätthålls och utvecklats genom att uppmuntra redaktörerna att söka sig till Yles Journalistakademis utbildningar, genom att föra journalistiska diskussioner, tillhandahålla utbildning i nya tekniker samt genom språkvård på alla samiska språk.

Yles samiska redaktion har fortsatt samarbetet med Sameområdets utbildningscentral, Giellagas-institutet vid Uleåborgs universitet samt sameområdets grundskolor. Redaktionen har haft flera språk- och mediepraktikanter som har lärt sig mer om journalistik och mediepraxis. Praktikplatser erbjuds även i fortsättningen till läroanstalter i området, eftersom samarbetet ger mervärde för redaktionens dagliga arbete.

## 3.4

### 3.4 TJÄNSTER FÖR SPECIALGRUPPER OCH ANDRA MINORITETER

Yle har en lagstadgad skyldighet att främja jämställdhet, tolerans och kulturell mångfald. Yle ska ge alla medborgare lika möjlighet att delta i sam-

hället och samhällsdebatten och ta del av gemensamma upplevelser och erfarenheter.

Yle tillhandahåller innehåll och tjänster förutom på finska, svenska och samiska även på teckenspråk, lätt finska, lätt svenska samt engelska, ryska, romska och karelska. Dessutom producerar Yle tillämpat innehåll på andra språk, såsom på ukrainska 2022.

Målet är att tillgodose special- och minoritetsgruppernas behov av information, främja deras jämlikhet som medieanvändare och samtidigt se till att olika språk- och kulturminoriteter samt personer i en svagare ställning på grund av en funktionsvariation eller någon annan funktionsnedsättning blir jämlikt hörda och sedda.

Tillgängligheten är i allt högre grad integrerad i planeringen av Yles utbud och Yle har under de senaste åren i samarbete med användare arbetat målmedvetet för att förbättra tillgängligheten till utbudet. Yle utvecklar även webbtjänsternas tillgänglighet och förbereder sig på den inhemska lagstiftningen som grundar sig på EU:s tillgänglighetsdirektiv.

### Textning och syntolkning

Yle producerar två typer av textning: översättningstextning samt programtextning, vars målgrupp är i synnerhet personer med nedsatt hörsel och döva

Alla tv-program på främmande språk och på svenska översätts till finska. Från de övriga språken översätts programutbudet främst i Yle Teema & Fem till svenska, men också på andra kanaler. År 2022 översatte Yle innehåll till bland annat engelska och nordsamiska för att öka räckvidden och jämlikheten.

Yle har **programtextning** i finska och svenska program, med undantag av musikföreställningar och sportsändningar som sänds direkt. Största delen

av tv-sändningarna med programtextning publiceras även med textning på Yle Arenan. Programtextning är en lagstadgad tjänst.

Yle satsade i synnerhet på att öka satsningarna på direkttextning av programmen. Yles lagstadgade skyldighet att ha direkttextning ökade betydligt i början av 2022, då skyldigheten utvidgades till att omfatta nästan alla direktsända tv-program på finska och svenska. Bland annat *Ylen Aamu* inkluderades i program med direkttextning, liksom de svenskspråkiga nyhetssändningarna *TV-nytt*, vilket ökade timantalet för direkttextning avsevärt.

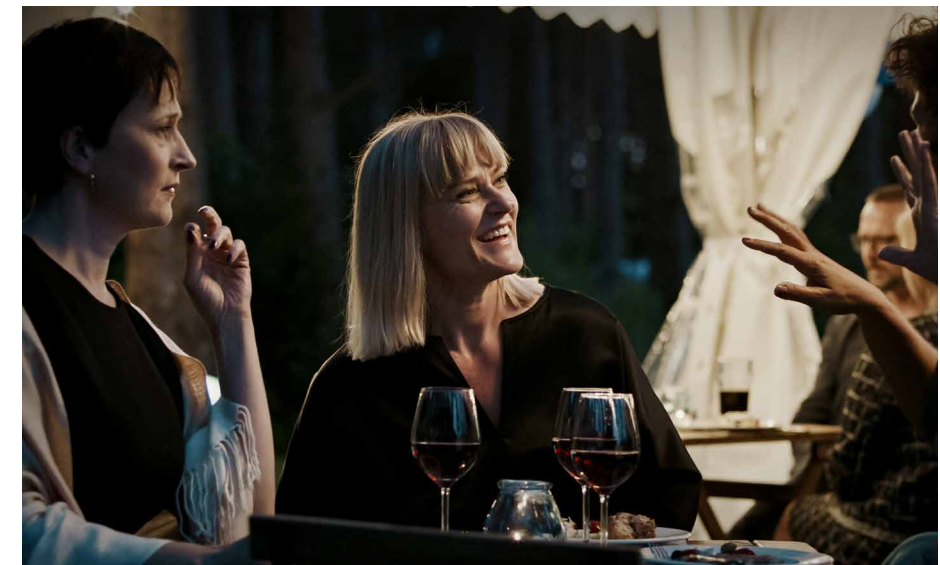
Yles programtextning produceras både manuellt och maskinellt. Från och med början av 2022 gjordes en stor del av direkttextningarna med hjälp av taltextning som grundar sig på taligenkänning. Med den här metoden strävar man efter ännu bättre kvalitet: genom taltextning får man mer omfattande

text i rutan än genom att skriva för hand, och maskinassisterat stöd förkortar fördröjningen i textningen.

Förutom för program som enligt lagen ska textas erbjuder Yle textning för direktsändningen av vissa musikföreställningar, t.ex. Eurovisionen och Tävelingen för ny musik.

**Ljudtextning** är en tjänst där programtextningen som syns på skärmen förmedlas som syntetisk röst till programmets tittare. Ljudtextning betjänar i första hand synskadade och blinda samt personer som av andra orsaker har svårt att läsa texten. Ljudtextning är en lagstadgad tjänst.

Yle bifogar ljudtextning till alla program med översättningstextning på främmande språk. Ljudtextningstjänsten finns också på Yle Arenan, där den har genomförts enligt önskemål av personer med nedsatt syn i första hand för mobila enheter som synskadade själva föredrar.



Hemligheterna hos en man som levtt ett dubbelliv börjar avslöjas i Yles favoritserie *Min mans hustru*, som Yle också syntolkade

Bild: Päivi Kettunen/Lucy Loves Drama Oy

Vi har också testat ljudtextning i avsnitt på främmande språk i direktsända nyhetssändningar, men tekniken är inte ännu helt pålitlig. Den tekniska utvecklingen fortsatte under året i samarbete med olika serviceproducenter och ljudtextningen torde tas i bruk i början av 2023.

**Syntolkning** förmedlar programmens visuella innehåll i verbal form. Särskilt personer med nedsatt syn har nytta av tjänsten. Yle använder syntolkning på både finska och svenska, och de syntolkade programmen finns också på Yle Arenan.

Yle har planmässigt ökat antalet syntolkade program under de senaste åren. År 2022 visade vi flera nya inhemska dramaserier med syntolkning, såsom *Min mans hustru*, *Stoppa Nyqvist*, *Transport*, *Helsingforsyndromet*, *Lahjat esiin!* och *Mumindalens* tredje säsong. Vi lade även till syntolkning till många

inhemska filmer som Yle visade, bland annat prisbelönta *Kupé nr 6*, *Tove* och *Grymma tider – vårdarbetets sånger*.

Under året testade Yle dessutom syntolkning i direktsändning och genomförde på publikens önskan huvudsändningen Fest på slottet med syntolkning.

### Tjänster på teckenspråk

Yle sänder dagligen tv-nyheter på finskt teckenspråk för döva och teckenspråkiga personer, nyheterna finns också på Yle Arenan. På finskt teckenspråk förmedlas också bland annat A-studios sändningar, riksdagens frågetimmar, valprogram och barnprogram. I välfärdsområdesvalet 2022 hade vi teckenspråkstolkning i de stora valdebatterna, partiledardebatterna och under valvakan.

I genomsnitt tittade 329 000 personer på tv-nyheter med teckenspråkstolk-

ning, vilket är fler än året innan (2021: 320 000). Även nyhetstittandet via Yle Arenan ökade. Dessutom har Yle ett diskussionsprogram på finskt teckenspråk, *Mikaela & Thomas*, som i genomsnitt nådde knappt 60 000 tittare i tv och på Yle Arenan, något färre än året innan.

Yle publicerar även program på **finlandssvenskt teckenspråk**. År 2022 tolkades de största nyhetshändelserna till finlandssvenskt teckenspråk, bland annat Ukrainas president Volodymyr Zelenskyis tal i riksdagen och Fest på slottet. Yle visade också en unik dokumentär om temat vid namn *Finlandssvensk och döv – en osynlig minoritet*. Dessutom tolkar Yle barnprogram till finlandssvenskt teckenspråk, 2022 bland annat dramaserien *Vesta-Linnéa*.

**Yle Nyheter på lätt finska** berättar nyheterna på lätt finska så att ämnena avgränsas tydligt och man endast berättar om det väsentliga. Nyheterna finns till för personer med svårigheter att förstå tal eller skriven text. Nyheter på lätt finska är också till nytta för personer som studerar finska, invandrare, personer med minnessjukdom och äldre. Enligt Selkokeskus finns det cirka 650 000–750 000 personer i Finland som behöver lättläst språk.

Nyheterna på lätt finska sänds kvällstid i Yle Radio Suomi och flera gånger om dagen i Yle Mondo samt i Yle TV1 vardagar. Tv- och radiosändningarna finns också på Yle Arenan. Dessutom kan man läsa nyheterna på webbsidorna för lättlästa nyheter.

Tv-nyheterna på lätt finska har varje vardag ca 150 000–250 000 tittare och kvällens radiosändning ca 50 000 lyssnare. Under välfärdsområdesvalet 2022 gjorde Nyheter på lätt finska informationsinslag på lätt språk. Redaktörerna för Nyheter på lätt finska består av redaktörer för Yles riksomfattande radionyheter.

Den svenskspråkiga tjänsten **Yle Nyheter på lätt svenska** betjänar dem som behöver finlandssvenska nyheter på

lätt språk i radio och på Yle Arenan.

För den romska befolkningen erbjuder Yle innehåll på Yle Radio 1 och Yle Arenan. **Romano mirits** är ett 15 minuter långt radioprogram som innehåller nyheter på romani samt aktuell information om romer och romsk kultur. Programmet behandlar samhällsfrågor särskilt ur ett romskt perspektiv och programmets mål är att stödja bevarandet och utvecklingen av romani. Yle utvecklar sitt utbud på romani i samarbete med det romska samfundet.

**Den engelspråkiga nyhetstjänsten Yle News** producerar innehåll om 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 eller personer utomlands som är intresserade av Finland. Innehåll publiceras på Yle Radio 1, Yle Mondo, webben och i sociala medier.

Antalet användare av webbinnehåll har i synnerhet ökat. År 2022 gjordes i genomsnitt 183 000 sidladdningar per vecka på webbplatsen Yle News.

Yle News producerar också veckopodden *All Points North*. Ungefär hälften av publiken är under 45 år. På Yle Arenan fick avsnitten sammanlagt 46 500 starter, nästan en tredjedel mer än året innan.

**De ryskspråkiga nyheterna Yle Novostis** huvudsakliga målgrupp är ryssar som bor i Finland samt personer som är intresserade av ryska språket. År 2022 producerade redaktionen nyheter för tv, webben och sociala medier.

Till följd av Rysslands anfallskrig ökade Yle nyhetsrapporteringen på ryska om situationen i Ukraina för att förmedla tillförlitlig information. I början av kriget nästan fördubblades tittarsiffrorna för Yle Novostis tv-sändning under några veckor, och den uppdaterade nyhetsartikeln om kriget var redaktionens populäraste enskilda webbartikel.

Novosti Yles dagliga tv-nyhetssändning hade i genomsnitt 235 000 tittare



Yle Novostis redaktörer Liubov Shalygina (till vänster), Katja Liukkonen och Levan Tvaltvdze.

Bild: Ilmari Fabritius

2022, cirka 10 000 fler än året innan. Användare spenderade även mer tid med webbnyheterna än året innan.

I maj 2022 startade Yle en ny **nyhetstjänst på ukrainska, Yle Novyny**, för att stöda informationstillgången för ukrainare som anländer till och vistas i landet. På nyhetssidorna publiceras på vardagar de viktigaste inhemska nyheterna och nyheter från krigsfronten i Ukraina.

## 3.5

### 3.5 ANDAKTSPROGRAM

Yle sänder i enlighet med lagen riksfattande andaktsprogram i radio, tv och på Yle Arenan på finska och svenska. För innehållet i programmen står Yle i samarbete med Kyrkans kommunikation och Kyrkans central för det svenska arbetet. Dessutom sänder Yle Sápmi

andliga program på samiska. Högsta organet är Övervakningsorganet för kristna andaktsprogram, som godkänner sändningsplanerna och ser till att de olika kyrkosamfundet är representerade i sändningarna.

De andaktsprogram som Yle förmedlar har fortfarande en mycket etablerad tittar- och lyssnarkår, även om antalet personer som tittar och lyssnar på radio och tv har minskat under de senaste åren. Allt fler personer följer andaktsprogrammen via Yle Arenan.

År 2022 hade de *finskspråkiga andaktsprogrammen* sammanlagt 1 850 programplatser. Antalet minskade med drygt 300 när morgonandaktens repris i radio slopades. Morgonandaktens nya sändningstid före klockan sju på morgonen och den slopade repriseringen minskade antalet lyssnare till cirka hälften, medan antalet lyssnare

för kvällsandakten var nästan oförändrad.

Både i de finsk- och svenskspråkiga andaktsprogrammen reagerade man på situationen i Ukraina genom att hålla krisandakter. Dessutom ordnades i mars en gemensam *tv-gudstjänst* för fred i Ukraina, som samlade 206 000 tittare.

De regelbundna radioandakterna fyllde 90 år och firades i både finsk- och svenskspråkiga andaktssändningar bland annat med lyssnarnas önskemål. I slutet av året inledde Yle Radio Suomi fredagens musikandakter, där man både talar och lyssnar på andlig musik på ett nytt sätt.

Yle förmedlade radiogudstjänster på finska varje söndag och under kyrkliga helger, precis som tidigare år. Antalet radiogudstjänster var sammanlagt 120, varav 64 stycken utgjordes av lutherska gudstjänster. Övriga fördelas mellan

ortodoxa och katolska gudstjänster samt gudstjänster från fria kyrkosamfund.

Utvecklingen av radiogudstjänst-sändningarna gav resultat under året eftersom antalet lyssnare slutade sjunka. *Musikgudstjänsten, Sohvakirkko* och *Meditatiivinen jumalanpalvelus*, som utvidgade publikprofilen, representerade de olika nya gudstjänsterna.

År 2022 förmedlade Yle gudstjänster på finska i Yle TV1 varje söndag och under kristna högtider, sammanlagt 62 sändningar, varav hälften var repris. Budgetnedskärningarna minskade antalet nya produktioner jämfört med året innan och försöket med lätt produktion producerade tekniskt inte ännu önskad bild- och ljudkvalitet.

I programtablån varvades traditionella församlingsgudstjänster med så kallade formatgudstjänster, såsom



Glädjesånger på änglarnas dag sändes från Paulus kyrka i Helsingfors. På bilden församlingspastor Elina Vaittinen (till vänster), Jepa Lambert, Mikael Gabriel och Kari Kanala, kyrkoherde i Paulus församling.

Bild: Silva Sevelius/Kyrkans kommunikation

#### ANDAKTSPROGRAMMENS SÄNDNINGAR 2022

##### PÅ FINSKA

- i radio 401 timmar
- i tv 116 timmar

##### PÅ SVENSKA

- i radio 148 timmar
- i tv 37 timmar

#### ANDAKTSPROGRAMMENS PUBLIK 2022

##### PÅ FINSKA

- i radio 72 000 lyssnare
- i tv 81 000 tittare

##### PÅ SVENSKA

- i radio 17 800 lyssnare
- i tv 23 000 tittare



*Fåtöljkyrka, Färdkyrka och Studiogudstjänst.* TV-gudstjänsterna och repri- serna hade i genomsnitt 152 700 tittare, vilket är lite mindre jämfört med året innan. Årets mest tittade sändning, självständighetsdagens festgudstjänst, samlade 307 000 tittare, vilket är fler än året innan.

Antalet tittare på det andliga programmet *Droppen* som sänds på lördagar ökade också efter svackan året innan.

De svenskspråkiga andaktsprogrammen har en etablerad plats i Svenska Yles programutbud och de betjänar också många finskspråkiga. Yle Fem sänder tv-gudstjänster främst på julen och påsken och vid stora kyrkliga helger. År 2022 gjordes sammanlagt 10 svenskspråkiga tv-sändningar som omfattade påskpjäsen *Kärlekens väg* och den samnordiska festgudstjänsten från Åland. Tv-gudstjänsterna hade i genomsnitt cirka 12 000 tittare.

Till den svenskspråkiga repertoaren hör också *Himlalive*-serien, där olika personer diskuterar andliga frågor.

Morgonandakten *Andrum* och kvälls- andakten *Aftonandakt* ingår i program- utbudet i radiokanalen Yle Vega. På lördagskvällar sänds *Ett ord om helgen*, som berättar om den kommande söndagens kyrkliga tema. På söndagar sänds en kvällsandakt. Antalet radiogudstjänster var sammanlagt 61, varav 16 stycken utgjordes av ortodoxa och katolska gudstjänster samt gudstjänster från fria kyrkosamfund. Antalet lyssnare i alla andaktsprogram på svenska minskade något.

### 3.6 PROGRAMUTBUD FÖR UTLANDET

Yle Arenan är den huvudsakliga tjänsten för det finländska programutbudet som riktar sig till utlandet. Med hjälp av EU:s förordning om gränsö-

verskridande portabilitet är allt innehåll på Yle Arenan tillgängligt inom EU för användare med hemort i Finland. Personer som reser och arbetar inom EU-området har möjlighet att se och lyssna på Yle Arenans innehåll med Yle-kontot och stark autentisering.

Även utanför EU och utan bekräftelse av hemort finns största delen av de inhemska programmen tillgängliga på Yle Arenan över hela världen, av nyhets- och aktualitetsprogrammen nästan alla. Till exempel kan man lyssna på alla Yles riksomfattande och regionala radiokanaler utomlands i direktsändning på Yle Arenan, med undantag av den digitala radiotjänsten Yle Mondo.

På grund av upphovsrätten och avtal är spridningen av till exempel drama och serier utanför Finland begränsad. För de internationella program som Yle köper in från utlandet finns inga globala visningsrättigheter att tillgå eller så skaffas de inte på grund av höga kostnader.

I Sverige kan man se Yles tv-program i 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 ta in TV Finland i sitt utbud.

Utbudet i TV Finland sammanställs av utbudet i Yle TV1, Yle TV2, Yle Fem och Yle Teema. Det bjuder på ett brett urval av finländska filmer, dramaserier, aktualiteter, fakta- och diskussionsprogram, barnprogram samt musik och underhållning. År 2022 sände TV Finland sammanlagt 4321 sändningstimmar, dvs. något fler än året innan (2021: 4259 h).

### 3.7 SÄKERHET, BEREDSKAP SAMT MYNDIGHETSINFORMATION

Det är Yles lagstadgade uppgift att förmedla myndighetsmeddelanden som

regleras närmare genom förordning samt att ha beredskap för att sköta televisions- och radioverksamheten under undantagsförhållanden. Som ett bolag som är kritiskt för försörjningsberedskapen sköter Yle på ett heltäckande sätt den beredskaps- och förberedelseverksamhet som den nuvarande lagstiftningen fastställer. År 2022 infördes några preciseringar och reformer i lagstiftningen i anslutning till beredskapsverksamheten och beredskapen.

Yle uppfyller skyldigheterna i anslutning till försörjningsberedskapen väl och vi utvecklar systematiskt beredskapen. Bolaget har god teknisk och funktionell beredskap att svara på olika säkerhetsshot. Under 2022 ordnades flera övningar och samarbetet med de nationella säkerhetsaktörerna var fortsättningsvis intensivt.

Till följd av ändringen av beredskapslagen har grunderna för utlysande av undantagsförhållanden utvidgats så bolaget ska fortsätta med god beredskapspraxis under normala förhållanden och förmågan att förmedla myndighetsmeddelanden under undantagsförhållanden. Yle deltog fortsättningsvis i utvecklingen och styrningen av varningsmeddelanden i samarbete med Försörjningsberedskapscentralen, ministerierna och myndigheterna.

Den fortsatta coronapandemin och i synnerhet Rysslands anfallskrig mot Ukraina definierade säkerheten 2022. Nyheter om krigshandlingar förutsatte resor till konfliktområden och ökade betydligt Yles resor till resmål med hög risk. Leverans- och säkerhetsorganisationerna har därför skapat en ny riskhanteringsmodell med vilken resor övervakas dygnet runt.

Under året fäste Yle också särskild uppmärksamhet vid säkerheten för inhemska redaktörer, eftersom olika hot, att utses till måltavla och hotfulla situationer har ökat i nyhetsarbetet.

Bland annat har skyddet av anställda som rapporterar om demonstrationer som riskhanteringsåtgärd höjts.

Yle förberedde sig under året med effektivare åtgärder på att säkerställa energiförsörjningen i undantagssituationer. Yles viktigaste verksamhetsställen är utrustade med reservkraftsystem och Yle säkerställer deras driftssäkerhet genom regelbundna tester och övningar. Den regionala verksamheten är en del av Yles försörjningsberedskap och bolaget kan agera decentraliserat i undantagssituationer.

I slutet av 2022 testade Yle sin beredskap i ett scenario där campuset i Böle föll utanför det riksomfattande elnätet och tvingades använda sin egen reservkraft. Genom den lyckade övningen säkerställde bolaget till exempel att ett överraskande elavbrott på grund av elbrist inte orsakar oförutsedda problem i tjänster och verksamheten.



# Yles värde för finländarna

4

- ▶ Yle lyckades väl i sitt public service-uppdrag som helhet.
- ▶ Yle nådde 94 procent av finländarna varje vecka.
- ▶ Allt fler använde Yles digitala tjänster under året.

## 4.1 YLES FRAMGÅNG I PUBLIC SERVICE-UPPDRAGET

År 2022 lyckades Yle väl i sitt public service-uppdrag som helhet och förtroendet för bolagets verksamhet stärktes. Användningen av i synnerhet digitala tjänster, Yle Arenan och Yle-tjänsten, ökade, vilket vittnar om bolagets förmåga att svara på medborgarnas behov av medieanvändning i den allt hårdare internationella konkurrensen och medieanvändningens omvälvning.

Yle följer finländarnas medieanvändning och bedömningar av sin verksamhet genom regelbundna enkäter och intervjuer med fokusgrupper. År 2022 var de viktigaste indikatorerna som beskriver framgången fortfarande på en hög nivå, även om bolaget fortsatt har utmaningar med att nå i synnerhet unga och unga vuxna. Bolaget använder också annan respons från finländarna som samlas in regelbundet för att inkluderas i utvecklingen av verksamheten.

Yles innehåll och tjänster användes varje vecka av i genomsnitt 94 procent av finländarna, dvs. räckvidden hölls på samma nivå som året innan. I

den för Yle utmanande åldersgruppen 15–29-åringar steg veckoräckvidden till 88 procent, vilket var två procentenheter lägre än bolagets egna långsiktiga mål. Yles betydelse för den personliga medieanvändningen minskade något, även om den låg på nästan samma nivå som året innan.

Finländarna ansåg att Yle har lyckats bättre i sitt public service-uppdrag än året innan. I den årliga undersökningen Hur värdefullt är Yle för finländarna bedömde 92 procent av respondenterna att Yle har klarat sitt uppdrag antingen mycket bra, bra eller ganska bra, medan motsvarande andel året innan var 90 procent. Helhetsbedömningen har varit relativt stabil från år till år.

Enligt finländarna har Yle lyckats bäst med det inhemska innehållet på det egna modersmålet, tillgången till information i undantagsförhållanden, tjänster för special- och minoritetsgrupper samt tillförlitlig information. Dessutom uppskattar finländarna bland annat Yles högklassiga innehåll för barn och att Yle ger många slags kulturupplevelser oberoende av förmögenhetsnivå. Att Yles innehåll och tjänster är lätta att hitta ses också som viktigt.

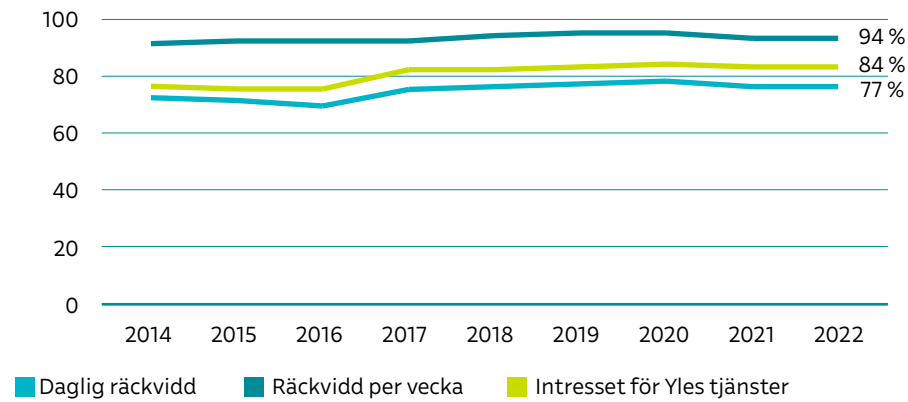
Enligt enkätundersökningen upplevs Yle som Finlands mest betrodda mediebolag. 72 procent av finländarna litade mycket eller ganska mycket på Yle som helhet, vilket är tre procentenheter mer än året innan. Dessutom anses Yle i all-

.....  
■ **Savela-serien utspelar sig i freestyle rapens fiktiva värld och riktar sig till unga människor. I serien drömmar förortsungdomar om stjärnstatus.**

Bild: Anni Hartikainen/Solar Republic Oy

### Yles räckvidd och intresset för Yle 2014–2022,

procent



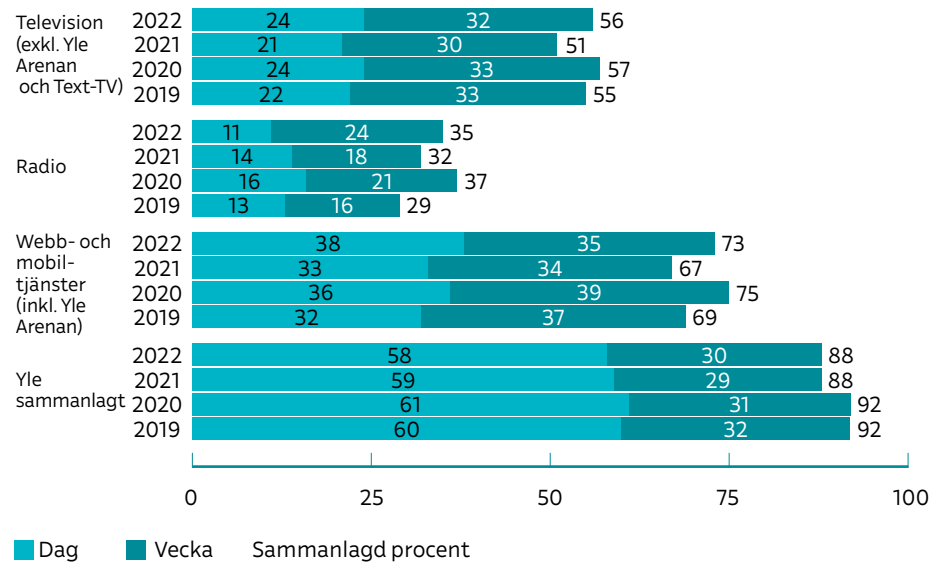
Källa: KMK-undersökning 2022, IRO Research Oy/Kundrelation, Yle

Befolkningen över 15 år

Obs. Våren 2015 och framåt har räckvidden per vecka och dag också omfattat Yles kanaler i sociala medier.

### Räckvidden för Yles medier 15–44-åringar 2019–2022,

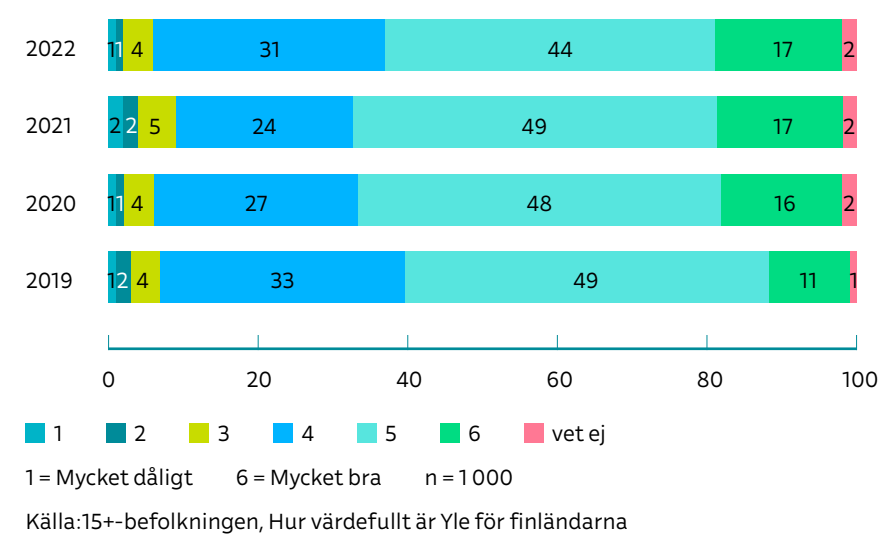
procent



Källa: Kanalimageundersökning 2022, Smart data och kundinsikt, Yle

### Hur väl har Yle lyckats i sitt public service-uppdrag som helhet,

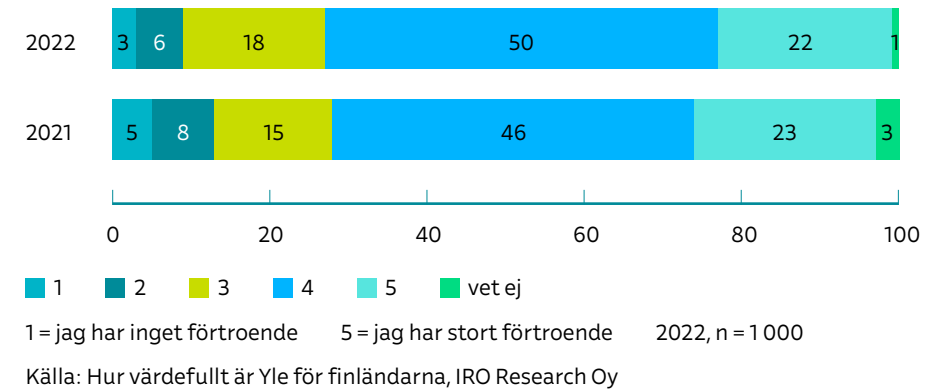
procent



Källa: 15+-befolkningen, Hur värdefullt är Yle för finländarna

### Finländarnas förtroende för Yle åren 2021 och 2022,

procent



Källa: Hur värdefullt är Yle för finländarna, IRO Research Oy

## 4.2

mänhet vara en ansvarsfull aktör med gott rykte. Enligt undersökningen om Yles värde för finländarna var Yle liksom året innan det sjätte mest betrodda i en jämförelse mellan 19 finländska institutioner. Topp tre var republikens president, polisen och universiteten.

74 procent av finländarna anser att Yles innehåll och tjänster ger dem bra eller ganska bra valuta för Yleskatten. Trots minskningen med en procentenhet har siffran hållits på en relativt jämn nivå under de senaste åren. Andelen personer som var mycket eller ganska nöjda med Yleskatten var densamma som året innan, dvs. 70 procent. Det finns små skillnader i bedömningarna enligt åldersgrupp och bostadsort. Kvinnor är i sina bedömningar något nöjdare än män.

Majoriteten av finländarna anser att det är viktigt att Yles innehåll i fortsättningen är digitalt tillgängligt via olika distributionskanaler, såsom Yle Arenan och Yle-tjänsten, utöver de traditionella broadcast-kanalerna. I undersökningen Hur värdefullt är Yle för finländarna ansåg 88 procent av finländarna

att detta är mycket viktigt, viktigt eller ganska viktigt.

Yles varumärken är mycket välkända och uppskattade. I Taloustutkimus årliga undersökning som mäter uppskattningen av varumärken placerade sig Yle Arenan på fjärde plats bland nästan 600 finländska varumärken och varumärket Yle placerade sig på sjunde plats. Placeringen minskade med två platser, men var klart högst bland mediebolagen.

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

I takt med att de digitala tjänsterna blivit vanligare har räckvidden för traditionell linjär television och radio minskat något under de senaste åren, vilket också syns i Yles radio- och tv-kanaler. Användningen av webbtjänster ökade klart jämfört med året innan.

Särskilt direkta idrottssändningar eller olika slags evenemang får människor att sätta sig framför tv:n. I radion fungerar särskilt morgonprogrammen som dragplåster.

2022 nådde Yles tv-kanaler 74 procent av den finskspråkiga befolkningen och 67 procent av den svenskspråkiga befolkningen varje vecka. Av de kommersiella mediebolagen nådde MTV (MTV3, Sub och Ava) varje vecka 71 procent och Sanoma Media (Nelonen, Jim, Liv, Hero) 64 procent av hela befolkningen.

Av Yles tv-kanaler var Yle TV1 den populäraste och nådde 64 procent av finländarna varje vecka. Av de övriga kanalerna nådde Yle TV2 61 procent, Yle Teema 32 procent och Yle Fem som sänds på samma kanalplats 28 procent av finländarna.

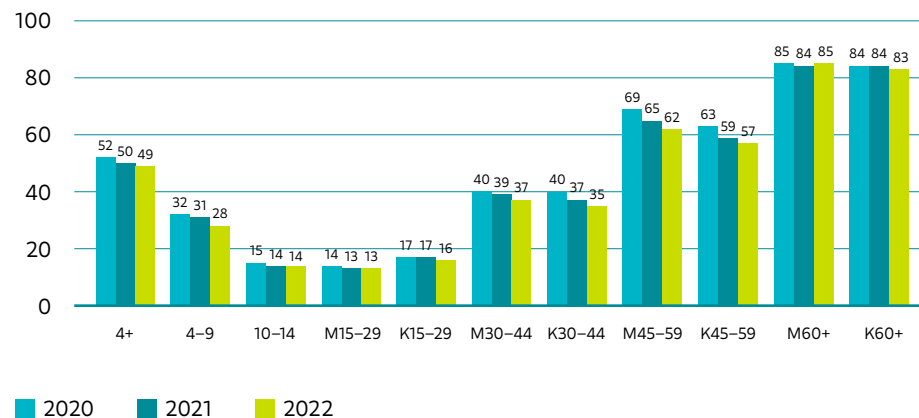
Yle TV1 var den mest tittade kanalen även bland finlandssvenskarna och nådde varje vecka 54 procent av de svenskspråkiga. Yle Fem nådde 43 procent av den svenskspråkiga befolkningen varje vecka. Yles regionala tv-nyhetssändningar har fortfarande en stor tittarkrets och hade i genomsnitt 532 000 tittare på Yle TV1 under vardagskvällens första sändning och i den senare i genomsnitt 704 000 tittare (sändningen kl. 18).

Som helhet hade Yles radiokanaler något färre lyssnare än året innan. Sammanlagt nådde de hälften av den finskspråkiga befolkningen och 70 procent av finlandssvenskarna per vecka. När det gäller kommersiell radio i Finland är det huvudsakligen två stora aktörer som delar på lyssnarna. År 2022 nådde Bauer Media 46 procent av finländarna och Sanoma Media 40 procent.

Yle Radio Suomi var fortfarande den enskilda radiokanal som hade flest lyssnare med en veckoräckvidd på 31 procent. Yle Radio 1 nådde 14 procent av finländarna per vecka och Yle Puhe 8 procent.

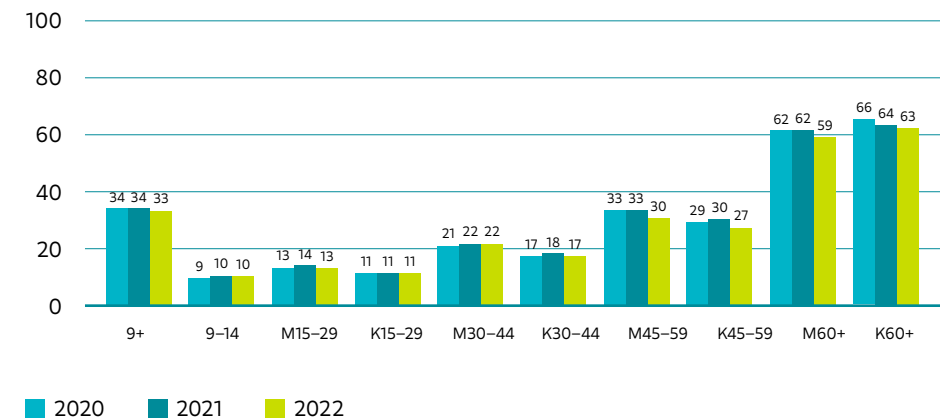
Yle Vega, som hör till Svenska Yle, är den enda radiokanalen som sänder också regionalt program på svenska. Kanalens räckvidd per vecka var oförändrad vid 55 procent. Av Yles kanaler för unga nådde YleX 11 procent av befolkningen och Yle X3M 19 procent av den svenskspråkiga befolkningen varje vecka. Lyssnarantalet sjönk i båda kanalerna jämfört med året innan.

Yles tv-kanaler, räckvidd per dag 2020–2022, enligt ålder, procent



Källa: TV-mätarundersökning, Finnpanel

Yles radiokanaler, räckvidd per dag 2020–2022, enligt ålder, procent



Källa: Nationella Radioundersökningen, Finnpanel

## Webbtjänster

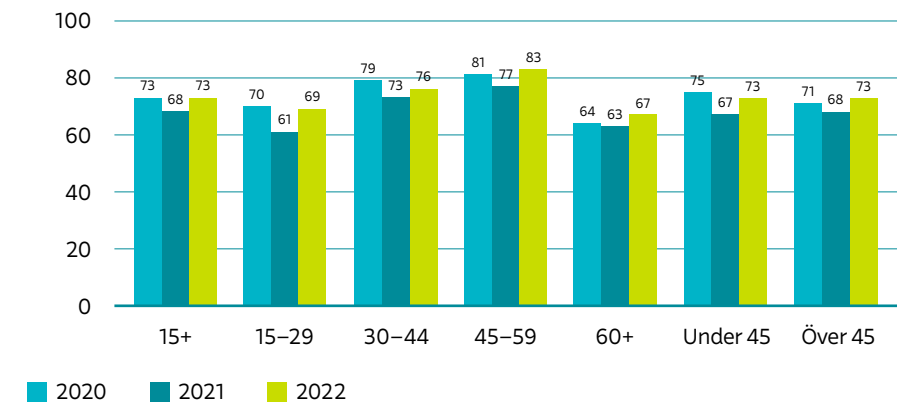
Förändringen i medieanvändningen återspeglas i användningen av Yles digitala tjänster, som ökade i alla åldersgrupper under året.

Yles webbtjänster hade en veckoräckvidd på 73 procent av över 15-åringarna i Finland, dvs. över 4 miljoner finländare. Ökningen jämfört med året innan var fem procentenheter. Yles webb- och mobiltjänster besöktes totalt över 1,5 miljarder gånger.

På Yle Arenan startades 1,2 miljarder video- och audioinspelningar samt direktsändningar i radio och tv. Finländarna tillbringade i genomsnitt över 75 minuter i veckan på Yle Arenan, vilket är 8 procent mer än året innan. Personer över 45 år tillbringade 11 procent mer tid i tjänsten och yngre 5 procent mer. På Yle Arenan var finländarna särskilt intresserade av bland annat sport och inhemsk fiktion.

Användningen av den andra digitala huvudtjänsten, Yle-tjänsten, ökade också klart från året innan och nådde i genomsnitt över 2 miljoner finländare varje vecka. I tjänsten ingår Yle-appen och webbplatsen yle.fi. Finländarna intresserade sig i Yle-tjänsten särskilt för internationella och inhemska nyheter samt idrottsevenemang och tjänsten användes aktivt även bland personer under 45 år.

## Yles webb, räckvidd per vecka 2020–2022, enligt ålder, procent



Källa: Kanalimageundersökning, IRO Research Oy/Yle



Kulturpodden som sänds på Yle Vega kan också höras på Yle Arenan. Programledarna Lasse Garoff, Silja Sahlgren-Fodstad och Marit Lindqvist firade sin 100:e sändning hösten 2022.

Bild: Jyrki Valkama/Yle



# Yles verksamhet: utveckling och principer

- ▶ **Yle fortsätter att satsa på digitala tjänster, pluralism och försörjningsberedskap.**
- ▶ **Yle främjar partnerskap som gynnar samhället och mediebranschen.**
- ▶ **Yle utvecklar personalens kompetens och förmåga att svara på förändringar i medieanvändningen.**

## 5.1 UTVECKLING AV VERKSAMHETEN

Yles strategi strävar efter att säkerställa att public service har en betydelsefull roll i alla finländares liv i den snabba förändringen i medieanvändningen. Vid sidan om tillförlitlig information har gemensamma erfarenheter allt större betydelse när mediefältet splittras och skillnaderna mellan finländarnas levnadsvanor ökar. Å andra sidan blir medieanvändningen snabbt personlig i takt med den tekniska omvälvningen.

För att svara på detta satsar Yle på allt bättre personliga tjänster och kundupplevelser, så att alla finländare runt om i landet hittar public service-innehåll som är relevant för dem. Desinformation och hybridpåverkan framhäver fortfarande behovet av tillförlitliga, mångsidiga och oberoende medier.

Stoppa Nyqvist är en satirisk spionkomediserie som handlar om bland annat hybridkrig och finlandisering. På bild skådespelerskan Sonja Kuittinen.

Bild: Yle

År 2023 fokuserar bolaget särskilt på att utveckla de två huvudtjänsterna, Yle Arenan och Yle-tjänsten, på att stärka pluralismen, öka interaktionen samt på försörjningsberedskapen. Säkerhet och dataskydd kräver fortfarande satsningar och bolaget utvecklar personalens förmåga att agera i situationer som förändras snabbt. En bra digital beredskap och verksamhetsmodeller som visat sig fungera väl under pandemin ger en bra grund för utvecklingen av verksamheten.

Kostnadsökningen syns i inköpen av Yles tjänster, visningsrättigheterna, energikostnaderna och i övriga utgifter. Yles ekonomi har varit stabil under de senaste åren och bolaget har målmedvetet effektiviserat sin verksamhet. Kostnadstrycket förutsätter även i fortsättningen en noggrann ekonomi och förnyelseförmåga för att bolaget ska kunna sköta sina lagstadgade uppgifter långsiktigt och i enlighet med strategin.

I utvecklingen av digitala tjänster tvingas Yle konkurrera med internationella aktörer, vars resurser är tiotals gånger större i förhållande till inhemska aktörer. I omvälvningen av mediefältet

framhävs nya distributionssätt och betydelsen av ett allt mer träffande och personligt betydelsefullt utbud.

För att utveckla utbudet använder sig Yle av ny teknik, data och algoritmbaserade rekommendationer som möjliggör ett mer träffande utbud i enlighet med public service-uppdraget och -principerna. Målet är att finländarna genom personifiering lättare än tidigare ska hitta public service-innehåll som är värdefullt för dem och som motsvarar individuella behov.

Yle fortsätter försöken med ny teknik, såsom 5G-baserad överföringsteknik, robotik, förstärkt verklighet (AR) och virtuell verklighet (VR) i samarbete med aktörer inom branschen. I de digitala tjänsterna eftersträvas redan nästa generations bildupplösning. Utvecklingen av den nya generationens medieteknik främjar förutom Yles egen verksamhet även innovationer inom branschen.

Yle förnyar också sina studior och annan teknik med beaktande av försörjningsberedskapen. Produktionsvisionen, som sträcker sig till 2025, drar upp riktlinjerna för utvecklingen av bolagets produktionslokaler och teknik för de närmaste åren. Målet är att agera lättare, smidigare och effektivare än i nuläget samt att säkerställa tekniker som stöder förändringen i medieanvändningen.

## 5.2

### 5.2 PARTNERSKAP OCH SAMARBETE MED ÖVRIGA MEDIER

I enlighet med strategin är Yles mål att ingå partnerskap som skapar mer värde för de deltagande aktörerna och samhället i stort. Samarbetet sträcker sig från läroanstalter och högskolor till organisationer, kultur och teknik.

Bolaget samarbetar med branschaktörer såväl när det gäller utvecklingen av innehåll och tjänster som distribu-

tion och teknik. Yle samarbetar intensivt med aktörer inom den kreativa branschen. Målet är att stärka förutsättningarna för den inhemska innehållsproduktionen, utveckla kompetensen och främja den tekniska utvecklingen inom mediebranschen.

Yle förde 2022 diskussioner med Tammerfors stad, produktionsbolaget Akun Tehdas och fastighetsbolaget SBB Norden för att främja den audiovisuella branschen i Tammerforsregionen. Parterna ingick ett intentionsavtal i början av 2022.

Målet med samarbetet med andra medier är att både Yle och det övriga inhemska mediefältet ska dra nytta av samarbete där man delar kompetens, visningsrätter eller resurser.

#### *Yles samarbete med andra medier*

Yles samarbete med kommersiella medier fortsatte 2022 i enlighet med den parlamentariska arbetsgruppens och Yle-lagens bestämmelser. Även försök och förhandlingar när det gäller nya samarbetsformer fortsatte. När nya projekt planeras ska man beakta frågor och eventuella begränsningar som gäller konkurrensrätt, reglering av statligt stöd och upphovsrätt.

Valsamarbetet har under årens lopp etablerat sig som en bra verksamhetsmodell. I välfärdsområdesvalet erbjöd Yle 10 kommersiella mediehus en valkompass så att varje samarbetspart kunde skraddarsy två egna tilläggsfrågor till valkompassen. Dessutom fick samarbetsparten tillgång till ett databaserat verktyg för att undersöka valresultaten samt sin egen logotyp i valkompassen. Yle och de kommersiella medierna ordnade också gemensamma valmöten.

Som en ny samarbetsform pilot-testade Svenska Yle och HSS Media (Vasabladet, Österbottens Tidning och Syd-Österbotten) ett koncept där kom-

ponenten i Yles valresultatservice bådades in i HSS webbtjänst. Tjänsten, som visat sig fungera väl, kommer att erbjudas i större utsträckning till medierna under riksdagsvalet våren 2023.

Dessutom fortsatte Yle liksom året innan samarbetet med enskilda tidningar och lokaltidningar genom att dela nyhetsinnehåll till samarbetsparten för publicering. Till exempel på webbplatsen för lokaltidningen Ylä-Satakunta, som utkommer i Parkano, kan man läsa Yles uppdaterade regionala och riksomfattande nyheter i ett separat nyhetsfönster. Ett liknande försök pågår också i Maaseudun Tulevaisuus, vars redaktion bland Yles regionala nyhetsartiklar väljer de artiklar de vill publicera på sin webbplats. Ilkka-Pohjalainen utnyttjar i sin tur den robotjournalistik som Yle utvecklat i automatiseringen av artiklar om sportresultat.

Yle fortsatte sitt nära samarbete med andra mediebolag även i fråga om beredskap för undantagssituationer.

Yle och Sitra bjöd in representanter för kommersiella medier för att planera en gemensam monitoreringsenhet för sociala medier som skulle betjäna alla finländska medier i arbetet mot informationspåverkan. Planeringsarbetet fortsätter 2023. Yles kundrelation och samarbete med FNB fortsatte i enlighet med riktlinjerna för Satonens arbetsgrupp.

Svenska Yle utvecklar tillsammans med andra svenskspråkiga mediebolag nya samarbetsformer som stöder den finlandssvenska mediebranschens livskraft och mångfald.

År 2022 inleddes ett sex månader långt pilotprojekt där Åbo Underrättelser, som utkommer i Åbo, fick använda inrikes-, kultur- och sportnyheter som publicerats på Svenska Yles webbplats i sin tryckta tidning. I och med de goda erfarenheterna överväger man att utvidga samarbetet med andra svenskspråkiga tidningar i fortsättningen.



Valevenemang i Kommunernas hus under välfärdsområdesvalet. I tv-sändningen partiordförandena Sanna Marin (Sdp), Petteri Orpo (Saml) och Li Andersson (Vf).

Bild: Sakari Piippo/Yle

Dessutom har Svenska Yle erbjudit direktsändningar från webbtjänsten Yle Arenan för inbäddning på de svenskspråkiga mediebolagens webbplatser. Samarbetspartnern får i förväg information om kommande sändningar med presentationstexter. Samarbetet har visat sig fungera väl och det kommer att fortsätta tills vidare.

Under ledning av Svenska Yle har man också skapat ett gemensamt nätverk för datajournalistik. Svenska Yle erbjuder kommersiella mediebolag utbildning i datajournalistik och via nätverket öppnas i fortsättningen också en möjlighet till innehållssamarbete. Dessutom ingår språkvård i de finlandssvenska mediernas samarbete.

Yles Journalistakademi, som utvecklar redaktörernas kompetens, har också samarbetat kring utbildning. Journalister från svenskspråkiga KSF-media har deltagit i utbildning i visuell journalistik och hösten 2022 kom Journalistakademin överens om ett samarbete med multimediakoncernen Hilla Group.

Inom sport samarbetar Yle med kommersiella medier både inom nyhetsinköp och delade idrottsrättigheter. I det skärpta marknadsläget för visningsrätter är detta ett sätt att säkerställa att alla finländare fritt kan se idrottsevenemang som intresserar dem på Yles kanaler. År 2022 delade Yle sporträttigheterna till de olympiska spelen i Peking med Warner Bros. Discovery. Yle och Viaplay samarbetade för att förmedla världscupstävlingar i olika skidgrenar, mästerskap i konståkning samt NHL-matcher i ishockey. Samarbetspartner i VM i herrfotboll var MTV3 som hör till Telia-koncernen och i damfotbollsligans matcher Nelonen Media som hör till Sanoma-koncernen.

Yle samarbetar också med kommersiella mediebolag för att utveckla metoder för medieanvändning, vilket skapar gemensam praxis för branschen. Inom branschen utvecklas i samarbete bland

annat en gemensam publikmätning på internet vid sidan av traditionella television- och radioundersökningar.

Yle samarbetar också internationellt. Kommersiella radiobolag och Yles tjänst Radiot.fi anslöts förra året till den europeiska tjänsten Radioplayer, som omfattar offentliga och kommersiella radiobolag från 13 europeiska länder och Kanada. I och med integrationen utvidgades Yles och de kommersiella radiokanalernas tillgänglighet i olika användningsmiljöer 2022.

År 2022 deltog Yle aktivt i utvecklingen av ett nytt nationellt autentiseringsystem som erbjuder ett tryggt sätt att logga in i företagets digitala tjänster. Projektet leds av Finlands Autentiseringsandelslag, ett icke-vinstdrivande kooperativ vars stiftande medlemmar är Yle, Alma Media, Nixu och Digital Living International. Den nya Sinuna-tjänsten tas i bruk under första hälften av 2023.

### 5.3. SAMHÄLLSANSVAR I YLES VERKSAMHET

Yle axlar ett omfattande samhällsansvar genom sitt public service-uppdrag. Ansvarsfullheten bedöms utifrån ekonomiskt, socialt och administrativt ansvar samt miljöansvar.

Betydande ansvarsfrågor behandlas i bolagets ledningsgrupp och beslut om dem fattas av verkställande direktören eller bolagets styrelse. På ledningsgruppens förslag fattar styrelsen beslut om målen och indikatorerna för samhällsansvaret samt om eventuella betydande hållbarhetsprojekt. Det praktiska ansvarsarbetet koordineras och följs upp av hållbarhetsstyrgruppen.

År 2022 förnyade bolaget de etiska principerna för Yles medarbetare och utarbetade etiska riktlinjer för samarbetspartner (Supplier Code of Conduct). För personalen erbjuds utbildningshelheter inom olika delområden

av ansvarsfullhet, såsom mångfald och inkludering i arbetslivet samt dataskydd och datasäkerhet.

Yle utvecklar aktivt uppföljningssystemen för ansvarsfullhet, också i samarbete med aktörer inom branschen. År 2022 förnyades beräkningen av bolagets totala koldioxidavtryck i enlighet med globala GHG-protokollet (Greenhouse Gas Protocol), inklusive indirekta utsläpp. Yle har via sina distributionspartner inlett en kartläggning av olika distributionskanalers miljökonsekvenser.

Bolaget pilottestar miljösystemet Albert för att mäta miljökonsekvenserna av film- och tv-produktioner. Systemet har utvecklats i Storbritannien och används av över 2 000 produktionsbolag runt om i världen. Projektet koordineras i Finland av APFI rf, som representerar de audiovisuella producenterna. För av-produktionsbolagen är tjänsten avgiftsfri.

Yle följer upp samhällsansvaret med hjälp av regelbundna undersökningar.

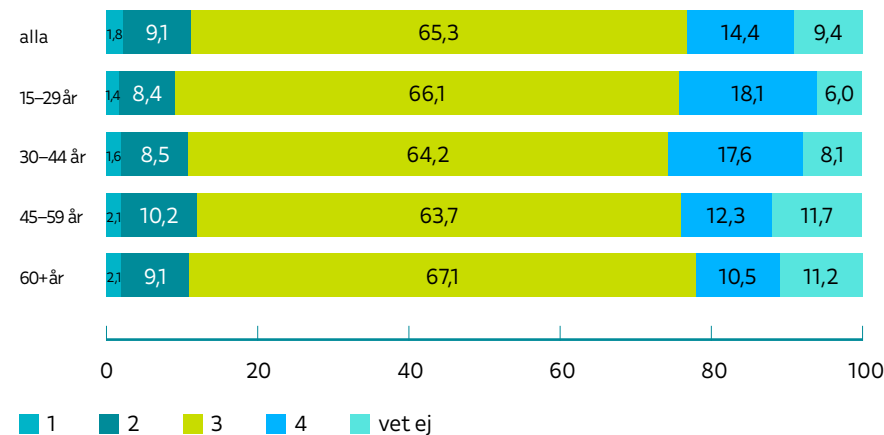
Utgående från dessa är Yle på toppnivå inom mediebranschen i fråga om ansvarsfullhet (*undersökningen Luottamus & Maine, T-Media 2022*).

### 5.4 OBEROENDE OCH VERKSAMHETSPRINCIPER

Yles utgivning och innehållsproduktion baserar sig på oberoende, Yles värderingar och de etiska principerna inom branschen. De ansvariga redaktörerna leder och övervakar det redaktionella arbetet och ansvarar i sista hand för innehållspubliceringen. Deras ansvar och uppgifter fastställs i lagen om yttrandefrihet. De ansvariga redaktörerna utses av bolagets styrelse.

De ska se till att Yle i sin innehållsproduktion och utgivning följer lagen, de etiska riktlinjerna och andra anvisningar som gäller bolagets verksamhet. De ansvariga redaktörerna kommer överens om gemensamma riktlinjer och utveckling av de journalistiska pro-

Yle som ansvarsfull aktör 2022, procent



1 = inte alls ansvarsfull 4 = synnerligen ansvarsfull 2022, n = 1 000

Källa: Hur värdefullt är Yle för finländarna, IRO Research Oy



cesserna samt följer regelbundet upp åtgärder som kan äventyra bolagets oberoende. Verksamheten rapporteras årligen till bolagets styrelse.

Chefen för journalistisk standard och etik, chefen för mediereglering samt bolagets juridiska avdelning bistår de ansvariga redaktörerna och annan personal vid behov i frågor som gäller ansvarsfull verksamhet. Bolaget ordnar regelbundet utbildning om lagstiftning och riktlinjer med relevans för utgivningsverksamheten samt om etiska frågor.

Yle har handlingsmodeller i händelse av yttre påtryckningar och trakasserier som riktas mot innehållsskapare och som de i allt högre grad möter till exempel i sociala medier eller i andra situationer. Verksamhetsmodellerna stöds genom utbildning och beredskap, i vilken bolagets chef för publikdialog och säkerhetschef deltar.

### Yle och Opinionsnämnden för massmedier

Yles innehållsproduktion, journalistik och utgivning är förankrade i hela mediebranschens etiska riktlinjer, Journalistreglerna och Yles egna etiska regler, Yles etiska regler för program- och innehållsproduktion (EPI-reglerna).

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

ONM gav under 2022 fem beslut som gällde Yle. ONM gav fyra friande beslut och ett fällande beslut. Eftersom

ett av besluten gällde sammanlagt tre klagomål som gällde samma ärende, behandlade ONM de facto sju klagomål som gällde Yle under berättelseåret. Det fällande beslutet gällde samtidigt hörande. ONM ansåg att hörandet av den klagande var otillräckligt, eftersom den klagande hade hörts endast i begränsad omfattning och ur en annan synvinkel. Klaganden hade inte fått kommentera alla misstankar som framförts och klagandens eget ställningstagande hade inte publicerats.

gifter i direkt anslutning till produktion av innehåll, medan 13 procent arbetade med stöd- och administrationsuppgifter.

### Kompetensutveckling och arbetshälsa

Yle utvecklar aktivt bolagets lednings- och arbetskultur för att bevara sin ställning som en attraktiv arbetsplats när konkurrensen om sakkunniga inom branschen skärps. Bolaget arbetar systematiskt för att främja personalens kompetens och arbetshälsa och har skapat fungerande praxis genom att engagera personalen.

Efter att pandemibegränsningarna lättat har de anställda i huvudsak återvänt till Yles verksamhetsställen åtminstone under en del av veckan. Samtidigt kan bolaget tack vare sin goda digitala beredskap effektivt utnyttja fungerande praxis inom hybridarbete. Arbetet stöds av ändamålsenliga, moderna arbetslokaler.

År 2022 fästes särskild uppmärksamhet vid att stöda personalens arbetshälsa i en situation där vi efter en

## 5.5 PERSONALENS UTVECKLING

### Antal anställda och anställningar

Vid utgången av året hade Yle 2 915 personer i fast anställning med månadslön, vilket var en minskning med 27 personer jämfört med året innan. I alla anställningsförhållanden var antalet årsverken i genomsnitt sammanlagt 3 343, dvs. 18 mindre än året innan.

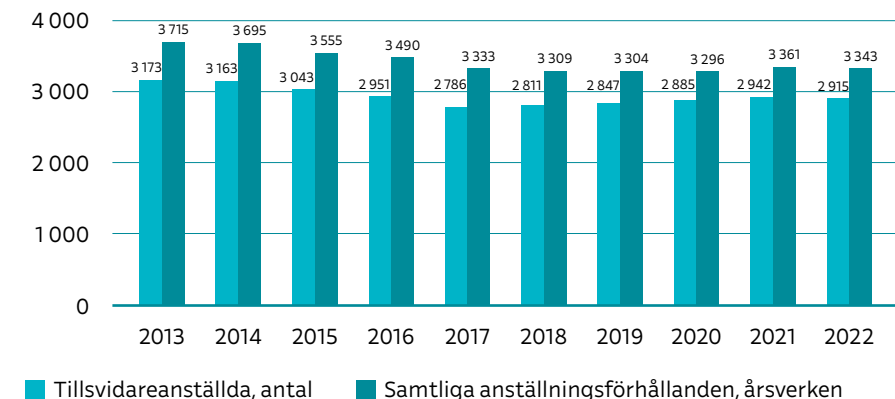
Av de månadsavlönade arbetstagararna arbetade 87 procent med upp-



Den överlägset största delen (87 %) av Yles månadsavlönade anställda arbetar med uppgifter som är direkt relaterade till innehållsskapande.

Bild: Elena Paspatis/Yle

### Yles personalutveckling 2013–2022



till arbetsmängden belastande pandemitid stod inför ett exceptionellt intensivt år med stora händelser samt det ryska anfallskriget.

För personer som utsätts för trakasserier och osakligt beteende i sociala medier har bolaget utvecklat stödformer tillsammans med företagshälsovården. Yle deltog i Arbetarskyddscentralens projekt *Somehäiritä ja maalittaminen työssä* som resulterade i en digital publikation riktad till företag om beredskap för trakasserier.

Arbetsstillfredsställelsen i bolaget är på en god nivå, även om inspirationsindextalet som mäter personaltillfredsställelsen och viljan att rekommendera Yle som arbetsgivare (eNPS-indexet) minskade något 2022.

I kompetensutvecklingen betonar bolaget förmågan att svara på behoven i den föränderliga medieanvändningen i utvecklingen av innehåll och tjänster.

Yles egen Journalistakademi, som erbjuder utbildning i journalistik, ordnade under året 35 separata utbildningar i vilka nästan 1 100 anställda deltog. Särskilda fokusområden var utvecklingen av webbvideo- och audioberättande samt visuell journalistik. Efter Rysslands anfall av Ukraina ordnade akademien föreläsningar och en simulering i syfte att öva bekämpningen av hybridpåverkan som riktas mot journalister.

Journalistakademien har också ordnat utbildningar för aktörer inom kommersiella medier.

### Jämställdhet och jämlikhet

Yle utför långsiktigt jämställdhetsarbete, och jämställdheten mellan könen förverkligas bra inom bolaget. I fråga om fasta anställningsförhållanden finns

det lika många kvinnor och män. Könsfördelningen är också jämn på olika chefsnivåer.

I de vanligaste uppgifterna, dvs. redaktörs- och producentarbetet, utgör kvinnorna mer än hälften. Däremot är några mindre yrkesgrupper fortfarande mycket kvinno- eller mansdominerade. I allmänhet handlar det om verksamheter där omsättningen är liten och rekryteringen knapp.

Inom kollektivavtalsområdet för programarbetare, som omfattar cirka två tredjedelar av Yles medarbetare, var kvinnornas medellön 99,3 procent av männens lön. På hela bolagets nivå var motsvarande andel 96,7 procent.

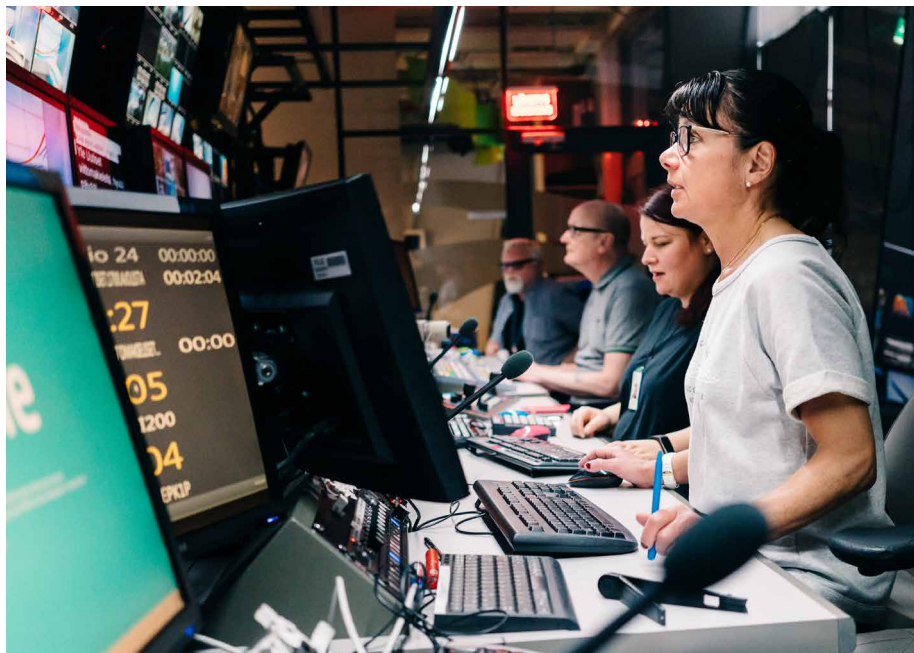
Yles ambition är att främja mångfalden och jämlikheten inom personalstyrkan genom att rekrytera medarbetare med en så mångsidig bakgrund som möjligt. Bolaget har ett internt mångfaldsnätverk vars uppgift är att förenhetliga och utveckla praxis som främjar jämlikhet i enheterna. För personalen ordnas utbildning i mångfald och inkludering, och dessutom har bolaget ett praktikprogram för praktikanter med olika bakgrund som är intresserade av branschen.

Yle har nolltolerans mot diskriminering, mobbning och annat osakligt bemötande på arbetsplatsen. Som stöd för detta använder bolaget en etisk kanal för eventuella anmälningar.

### Premiering

I Yles premieringspraxis iakttas statens ägarpolitiska principbeslut som ägare. Resultatpremier är en del av ledningssystemet och deras mål är att främja förverkligandet av bolagets strategiska mål. Premieringen bygger på öppenhet, rimlighet och goda resultat. Premieringen förutsätter verksamhet i enlighet med Yles värderingar och är alltid kopplad till bolagets ekonomi.

Det personliga styrkortet omfattar direktörer, högsta chefer och andra centrala personer som arbetar i chefsuppgifter. År 2022 var deras antal sammanlagt 250. Antalet halverades jämfört med året innan. Den övriga personalen omfattas av systemet med incitamentpremier. Med incitamentpremien kan en anställd få belöning för en exceptionellt bra arbetsprestation som avsevärt har främjat uppnåendet av de centrala strategiska målen. Premiens storlek är högst hälften av arbetstagarens grundmånadslön. Det totala beloppet för resultat- och incitamentpremieringen var något lägre än året innan, sammanlagt 2 316 922 euro (2021: 2 403 969). Premiernas andel var 1,2 procent av den totala lönesumman i bolaget.



År 2022 ägnade Yle särskild uppmärksamhet åt att stödja personalens arbetshälsa och -ork.

Bild: Ilmari Fabritius/Yle



# Yles finansiering, kostnadsstruktur och förvaltning

- ▶ Yle hade alltså en stabil ekonomi trots kostnadstrycken.
- ▶ Yles totala intäkter uppgick till 514,1 miljoner euro. Anslaget från Yleskatten utgjorde 98,5 procent av intäkterna.
- ▶ Yle använde 419,3 miljoner euro på innehåll och tjänster.

## 6.1 YLES FINANSIERING OCH INTÄKTER

Yles ekonomi påverkades av den höjda inflationen, de stigande räntorna och energikrisen som ökade kostnaderna. Dessutom påverkade coronapandemin fortfarande Yles verksamhet och krävde undantagsarrangemang i produktionen och den övriga verksamheten.

Räkenskapsperiodens resultat var -3,0 miljoner euro (2021: -5,7). Även om resultatet var negativt var det något bättre än väntat. Yles resultat varierar från år till år, men de årliga resultatvariationerna ska ta ut varandra så att ekonomin hålls i balans på längre sikt.

Yles omsättning var 511,8 miljoner euro. Det är en ökning med 2,4 procent från föregående år.

I enlighet med lagen om statens televisions- och radiofond överfördes 556,9 miljoner euro från statsbudgeten till

.....  
■ Dokumentärserien *Tjejer 18* följde ärligt och på nära håll fyra Uleåborgsflickors liv. Programmet fick en Gyllene Venja för årets reality.

Bild: Yle

fonden, dvs. 2,4 procent mer än året innan. Av detta anslag som baserar sig på Yleskatten betalar Yle mervärdesskatt till staten enligt en skattesats på 10 procent, dvs. nettoanslaget var 506,2 miljoner euro. Ur statens televisions- och radiofond anvisas anslaget till Yle enligt användningsplanen och finansieringsbehovet.

Intäkterna totalt uppgick till 514,1 miljoner euro (502,6), av vilket anslaget på basis av Yleskatten utgjorde cirka 98,5 procent. De övriga intäkterna bestod huvudsakligen av intäkter från försäljning av program och tjänster.

## 6.2 UTVECKLING AV KOSTNADSSTRUKTUREN SAMT KOSTNADER

Yles kostnader var sammanlagt 517,1 miljoner euro (508,3).

Personalkostnaderna uppgick till 235,6 miljoner euro (235,7) och deras andel av samtliga kostnader var något mindre än året innan, 45,6 procent (46,4 procent).

Mängden löner och arvoden ökade med 1,7 procent och uppgick till 197,8 miljoner euro (194,5). Pensionskostna-

## Finansiella nyckeltal

	2022	2021	2020	2019	2018
<b>VERKSAMHETENS OMFATTNING (milj. € / %)</b>					
<b>Omsättning</b>	511,8	499,9	487,6	478	471,6
förändrings-%	2,4	2,5	2	1,3	-0,1
<b>Övriga rörelseintäkter</b>	2,3	2,6	2,6	2,7	2,7
förändrings-%	-13,2	-0,3	-1,2	-1,6	-0,4
<b>Kostnader och avskrivningar *</b>	516,7	508,2	481,4	474,5	481,8
förändrings-%	1,7	5,6	1,5	-1,5	3
<b>Balansomslutning</b>	335,2	372	368,7	308,7	315,4
<b>Bruttoinvesteringar, materiella och immateriella tillgångar</b>	12,8	17,4	14,9	20,7	17,7
% av omsättningen	2,5	3,5	3,1	4,3	3,7
<b>LÖNSAMHET (milj. € / %)</b>					
<b>Driftsbidrag</b>	83,3	78,2	84,9	78,5	69,3
% av omsättningen	16,3	15,6	17,4	16,4	14,7
<b>Rörelsevinst/-förlust</b>	-2,6	-5,6	8,8	6,1	-7,5
% av omsättningen	-0,5	-1,1	1,8	1,3	-1,6
<b>Räkenskapsperiodens vinst/förlust</b>	-3	-5,7	7,2	6	-5,5
% av omsättningen	-0,6	-1,1	1,5	1,3	-1,2
<b>FINANSIERING OCH EKONOMISK STÄLLNING</b>					
<b>Quick ratio</b>	0,2	0,2	0,2	0,3	0,4
<b>Soliditet %</b>	39,9	36,8	38,7	43,8	41
<b>Räntebärande främmande kapital (mn €)</b>	43,3	57,6	47	61,2	48,8
<b>Räntebärande nettoskulder (mn €)</b>	29,5	33,4	18	29,1	12,9
<b>PERSONAL</b>					
<b>Medelantal årsverken (åv)</b>					
under året **	3 343	3 361	3 296	3 304	3 309
<b>Löner (mn €)</b>	187,4	183	175,2	171,4	167,8
<b>Arvoden (mn €)</b>	10,4	11,4	11	11,6	13,1
<b>Löner och arvoden sammanlagt (mn €)</b>	197,8	194,5	186,2	182,9	180,9

\* Exklusive anskaffning av visningsrätter

\*\* Inklusive tillsvidareanställningar, visstidsanställningar samt anställningar som är timavlönade eller prestationsbaserade.

$$\text{Quick ratio} = \frac{\text{Kortfristigt rörliga aktiva}}{\text{Kortfristiga skulder}}$$

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

$$\text{Räntebärande nettoskulder} = \text{räntebärande främmande kapital} - \text{likvida medel}$$

derna var 30,8 miljoner euro (34,4) och övriga lönebikostnader 7,0 miljoner euro (6,8). Pensionsstiftelsens försäkringspremie var lägre än föregående år, 26,4 miljoner euro (30,0), eftersom bolaget utnyttjade en del av den förhöjda försäkringspremien som betalades till pensionsstiftelsen 2020.

Avskrivningar och nedskrivningar utgjorde sammanlagt 85,9 miljoner euro (83,8), vilket var 2,6 procent mer än året innan. Avskrivningarna på visningsrätter var 66,5 miljoner euro (63,0), varav 35,9 miljoner euro hänförde sig till inhemska visningsrätter och 30,5 miljoner euro till utländska visningsrätter och visningsrätter för sport. Avskrivningar på övriga anläggningstillgångar samt nedskrivningar utgjorde sammanlagt 19,5 miljoner euro (20,8), vilket var 6,5 procent mindre än året innan.

Övriga rörelsekostnader ökade från året innan och uppgick till totalt 195,2 miljoner euro (188,7). I dem ingick 24,2 miljoner euro (22,6) för ersättningar till skapare av musik, skivproducenter och upphovsrättsorganisationer som företräder konstnärer. Kostnader för visningsrätter, reprisersättningar och andra ersättningar för rättigheter till program uppgick till 14,2 miljoner euro (14,8).

Yle köpte andra tjänster för programverksamheten till ett värde av 24,0 miljoner euro (24,2). I övriga rörelsekostnader ingick kostnader för teknik 48,5 miljoner euro (49,1), distribution 28,3 miljoner euro (27,8) samt för hyror och fastigheter 23,2 miljoner euro (21,8).

Finansiella intäkter och kostnader uppgick till totalt -0,4 miljoner euro netto (-0,1).

Investeringar i annat än visningsrätter uppgick till 12,8 miljoner euro (17,9). De viktigaste investeringsprojekten hade anknytning till medie- och produktionssystem, verksamhetslokaler samt produktionsmedel.

## 6.3 YLES FÖRVALTNING OCH ORGANISATION

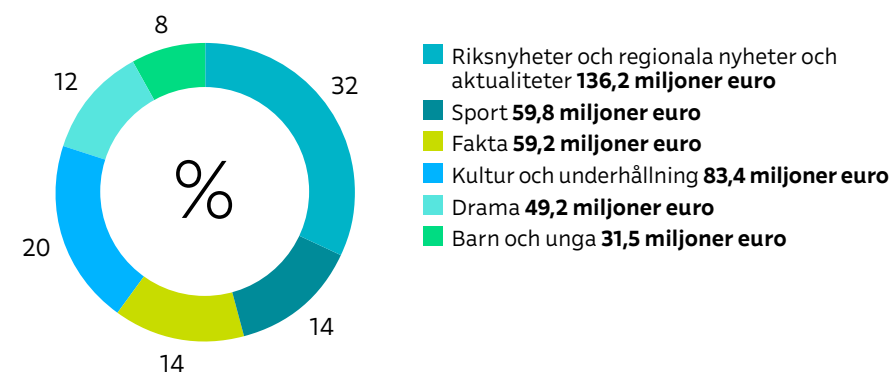
## 6.3

### Förvaltningsrådet

Yles högsta beslutande organ är förvaltningsrådet, som har 21 medlemmar. Riksdagen väljer medlemmarna i förvaltningsrådet vid valperiodens första riksmöte. Till medlemmar i förvaltningsrådet ska väljas personer som är förtrodda med vetenskap, konst, kulturarbete samt näringslivet och eko-

### Innehåll och tjänster 2022,

419,3 miljoner euro



nomiska frågor samt personer som företräder olika samhälls- och språkgrupper. Utöver de medlemmar som riksdagen har utnämnt har två representanter som utnämnts av bolagets personal närvaro- och yttranderätt på förvaltningsrådets möten.

På förvaltningsrådet ankommer att:

- välja och entlediga bolagets styrelse och styrelseordförande
- besluta i ärenden som avser betydande inskränkningar i eller utvidgning av verksamheten eller väsentlig ändring av bolagets organisation
- säkerställa 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
- besluta 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 inlämna en berättelse till riksdagen om hur public service-verksamheten har genomförts och hur det har fullgjort sina styrnings- och tillsynsuppgifter under det föregående kalenderåret. Innan berättelsen lämnas ska Sametinget höras.

## Styrelsen

Enligt lagen om Rundradion består Yles styrelse 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.

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
- besluta om budgeten för det följande året
- sammankalla bolagsstämman och bereda de ärenden som ska behandlas vid stämman
- årligen lämna en berättelse till Transport- och kommunikationsverket över bolagets verksamhet
- utse ansvariga redaktörer i enlighet med lagen om yttrandefrihet.

## Verkställande direktör

Yles verkställande direktör är Merja Ylä-Anttila. Under verkställande direktören lyder bland annat ledningsgruppen som utgörs av direktörerna för enheterna och de gemensamma funktionerna.



## FÖRVALTNINGSRÅDET

Enligt 6 § 3 punkten i lagen om Rundradion Ab har förvaltningsrådet till uppgift att se till och övervaka att uppgifter som hör till den programverksamhet som bedrivs i allmännyttigt syfte blir fullgjorda. Förvaltningsrådet behandlar denna uppgift under sina möten inom ramarna för olika temahelheter

### 8.2.2022

- TEMA: Att främja yttrandefriheten, högklassig journalistik och mångfald inom medierna
- RadioMedia rf:s begäran om förhandsprövning. Förvaltningsrådet beslutade:
  1. att av Yles styrelse beställa en tjänstebeskrivning av utbudet av Yles ljudinnehåll, som omfattar det redan fastställda utbudet och utvecklingsplanerna för planerat utbud samt andra utredningar som behövs för en eventuell förhandsprövning, enligt anvisningar som vid behov ges av förvaltningsrådets arbetsutskott;
  2. att befullmäktiga förvaltningsrådets arbetsutskott att bereda förvaltningsrådets beslut som svar på begäran om förhandsprövning.

### 22.3.2022

- Förvaltningsrådets berättelse till riksdagen om Rundradions verksamhet 2021
- Verksamhetsberättelse och bokslut 2021
- Förvaltningsrådets utlåtande till den ordinarie bolagsstämman
- Compliance-rapport
- Val av Yles styrelse 2022

### 10.5.2022

- Yles strategi, som godkändes 19.5.2020 och som gäller tills vidare, konstaterades fortfarande vara aktuell efter granskningen våren 2022. Strategin som konstaterats vara aktuell innehåller riktlinjer för ekonomin och verksamheten för de kommande åren

### 20.9.2022

- Inledande av förhandsprövning av Yles ljudinnehåll på webben, med undantag av distributionen av radiokanaler (live) på Yle Arenan, i Yles övriga webbtjänster såsom yle.fi och svenska.yle.fi samt i Yles egna mobilapplikationer. Remissbehandlingens följebrev, frågor och distributionslistan antecknades. Dessutom antecknades för kännedom att webbsidan som gäller förhandsprövningen publiceras på Yles bolagssidor. Sidan innehåller allt som behövs för att vem som helst ska kunna uttala sig i ärendet, bland annat en tjänstebeskrivning och expertutredningar

### 11.10.2022

- TEMA: Stödjande av demokratin och möjligheterna till deltagande. Översikt till förvaltningsrådet om principerna för genomförandet av ändringen av 7 § i lagen om Rundradion.
- TEMA: Att skapa, producera och bevara finländsk kultur, sport och evenemang

### 8.11.2022

- Hörande av förvaltningsrådets förhandsprövning i anslutning till RadioMedia rf:s begäran
- TEMA: Lika villkor, säkerhetsöversikt

### 13.12.2022

- RadioMedia rf:s begäran om förhandsprövning: Enligt förvaltningsrådets beslut är konkurrens- och marknadseffekterna av ljudinnehåll knappa i förhållande till deras värde för medborgarna. Därför kan Yle fortsätta att tillhandahålla ljudinnehåll på webben. Förvaltningsrådet rekommenderade också att konkurrens- och marknadseffekterna följs upp regelbundet
- Arvoden till experter som förvaltningsrådet anlitar vid förhandsprövningen
- Sammansättning av Yles styrelse samt arvoden för perioden som inleds 2023
- Riksdagsvalets 2023 valprinciper (beslut) och valprogram (för kännedom)

## STYRELSEN

### 18.1.2022

- Självvärdering av oberoende
- Försäljning av Yles fastighet i Enare
- Yles musikstrategi 2022

### 16.2.2022

- RadioMedia rf:s begäran om förhandsprövning
- Framtidens arbetsliv och förändring i ledarskap på Yle
- Scenariernas inverkan på strategin och utvärdering av strategin, genomförandet av strategin

### 17.3.2022

- Verksamhetsberättelse och bokslut 2021
- Val av revisorer och framställan till bolagsstämman
- Kallelse till bolagsstämman
- Rapport om förvaltnings- och styrsystemet 2021
- Styrkortsutfallet 2021
- Ersättningsrapport 2021
- Visningsrätter för sportevenemang
- Förhandsprövning av Yles sätt att tillhandahålla ljudinnehåll 2022
- Långsiktiga mål för samhällsansvar

### 13.4.2022

- Yles berättelse till Traficom
- Säkerhetsöversikt

### 11.5.2022

- Mediernas tillstånd – hur går det för oss och för andra?

### 15.6.2022

- Ledningens premiering och prestationsbedömning
- Yles verksamhetsprinciper
- Riktlinjer för revidering av lagen om Rundradion

### 17.8.2022

- Avstående från arrenderätten till tomten för Yles verksamhetscenter i Kuopio
- Beskrivning av tjänsten för förhandsprövning (RadioMedia rf:s begäran om förhandsprövning)

### 15.9.2022

- SD-distribution

### 12.10.2022

- Utvecklingstrender för Yle Puhe
- Premieringspolicy och ledningsgruppens löneförhöjningar
- Konkurrensutsättning av intern revision

### 16.11.2022

- Konkurrensutsättning av studioproduktionsområdet
- Verksamhetsplan och budget 2023
- Program och valprinciper för riksdagsvalet 2023

### 14.12.2022

- Mediernas tillstånd
- Direktörernas styrkortsområde och styrkortsområde på bolagsnivå
- Sporten som helhet



SÁMEDIGGI  
SÁMITIGGE  
SÄÄ'MTE'G'G  
SAAMELAISKÄRJÄT

## SAMETINGETS UTLÅTANDE

### Rundradion Ab:s begäran om utlå- tande 24 januari 2023

Sametinget lämnar sina synpunkter på Yles förvaltningsråds berättelse till riksdagen beträffande program och tjänster på samiska under 2022. Enligt lagen om Rundradion Ab ska Same-tinget höras innan berättelsen lämnas. Inom Yles lagstadgade public service-uppdrag ska bolaget producera tjänster på samiska. I praktiken fullgörs detta åtagande av den samiska redaktionen Yle Sápmi.

Sametinget lyfter först fram oron över antalet sändningstimmar och resurser för radio- och tv-produktion på samiska. Berättelsen innehåller statistik där man kan granska timantalet för radio- och tv-sändningar på samiska under perioden 2018–2022. Statistiken visar att sändningstiden inte har ökat nämnvärt under fem år, för radions del har det årliga antalet sändningstimmar ökat med endast 22 timmar från 2018 till 2022. I praktiken är ökningen på veckonivå cirka 25 minuter. Sametinget är oroat över att sändningsverksamheten på samiska inte verkar vara en bransch som ständigt växer och utvecklas. De språkliga rättigheterna utvecklas ständigt och detta borde också synas i antalet sändningstimmar. Det är förstaeligt att en

del av resurserna går till webbproduktionen, men Sametinget vill påminna om att radio och tv fortfarande är viktiga informationskällor i samernas hembygdsområde och glesbygdsområden, särskilt på grund av de lokala skuggområdena som förhindrar fungerande internetförbindelser.

Sametinget påpekar också att antalet tv-sändningar på samiska har minskat med 22 timmar under 2018–2022. För televisionens del är antalet i förhållande till radioproduktionen större. Målet bör vara att utbudet av program på samiska ökar, även om olika satsningar görs. Dessutom konstaterar Sametinget att det finns en brist på sändningar för unga i det nuvarande radioutbudet. Ungdomsprogrammet Sohkaršohkka, som tidigare ingick i Yle Sápmis programutbud, har i samegemenskapen upplevts sänka skiljemurarna för språk och utgöra ett utmärkt exempel på hur man kan öka i synnerhet de mindre samiska språkens synlighet. Å andra sidan önskar Sametinget att Yle Sápmi i fortsättningen ska kunna utvidga sin verksamhet för att bli mångsidigare och riksomfattande samt rapportera mer om politiska faktahelheter.

I rapporten anges att förutom unga samer följer också äldre generationer allt mer samiska innehåll på mobilen och på Yle Arenan vid sidan om traditio-

nell radio och tv. Sametinget lyfter fram frågan om hur information om samiska lyssnare produceras och föreslår att Yle genomför en mer omfattande enkätundersökning om samiskspråkiga lyssnare och deras önskemål.

Sametinget kritiserar fortfarande sändningstiden för den samnordiska Ođđasat-nyhetssändningen som sker ungefär vid midnatt. Detta kan inte anses vara en rimlig sändningstid för samernas huvudnyhetssändning. Den kortare Yle Ođđasat -sändningen, som också har en bra räckvidd och en bättre sändningsplats, ersätter inte den samnordiska nyhetssändningen. Samerna som folk behöver åtgärder som ökar deras känsla av samhörighet och säkerställer informationsflödet om samernas situation i olika länder. Sametinget föreslår fortsatt att Ođđasat får en bättre sändningstid. Enligt rapporten sjönk det genomsnittliga tittarantalet för den samnordiska första sändningen av Ođđasat med cirka en tredjedel till 40 600 tittare. Sametinget frågar om detta är en utveckling som Yle vill fortsätta med.

Dessutom önskar Sametinget att Yle fortsätter att satsa starkt på versioneringen av barnprogrammen och rekommenderar att ett avtal om finansieringen av den fjärde säsongen av serien Mumindalen ingås så snart som möjligt. För samiska barn är det också symbo-

liskt viktigt att de samiska versionerna publiceras samtidigt som de dominerande språkversionerna.

Mediernas betydelse för utrotningshotade språk är betydande, i synnerhet när medieanvändningen ständigt ökar bland medborgarna. Alla samiska språk som talas i Finland är hotade och det behövs starka åtgärder för att återuppliva dem. Globalt sett är situationen densamma, och över 40 procent av världens urfolksspråk hotas försvinna till stor del. Därför har FN:s generalförsamling utlyst åren 2022–2032 till ett internationellt decennium för urfolksspråk. Sametinget bjuder in Yle att uppmärksamma decenniet genom att ordna evenemang, producera program på samiska och på annat sätt lyfta fram de samiska språken och utarbeta en egen åtgärdsplan för årtiondet som främjar de samiska språken.

*Tuomas Aslak Juuso,  
ordförande*

*Anne Kirste Aikio,  
språkkyddssekreterare*

*(ordföranden godkände utlåtandet  
27.2.2023)*

---

**Rundradion Ab**  
Nyhetsgatan 5 | 00024 Rundradion | tfn 09 14801  
svenska.yle.fi/bolaget | fornamn.efternamn@yle.fi

**Strategi/Ekonomi/Kommunikation**  
Redaktörer: Kirsi Brück och Elli Collan

Layout: Milton Oy  
Tryck: Grano Oy 4/2023  
ISSN: 1795-0775





yle

Gemensamt för alla, unikt för mig