Förvaltningsrådets berättelse till riksdagen om Rundradions verksamhet

2019

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

Yle – kvalitet och personlig

FÖRVALTNINGSRÅDETS ORDFÖRANDE

Föreliggande berättelse till riksdagen är den första som avges av Yles förvaltningsråd, som tillsattes 2019. Berättelsen är också den första under den nya riksdagens mandatperiod. Den nuvarande riksdagens kommunikationsutskott – och hela riksdagen – får därmed för första gången sätta sig grundligt in i Yles verksamhet.

Finländarna uppskattar Yle. Räckvidden för Yles utbud är 96 procent av finländarna per vecka och 78 procent per dag. Det är glädjande att räckvidden också har utvecklats positivt bland under 45-åringar. Mediekonkurrensen är speciellt hård då det gäller tonåringar och unga vuxna, och överallt i världen utmanas nationella public service-bolag av globala jättar. Konkurrensen kommer också att hårdna inom barnprogram.

Yle har klarat sig bättre i konkurrensen med de globala mediejättarna än många andra av de europeiska public service-bolagen. Speciellt Yle Arenans popularitet lyfter Yle i mätningarna, som ett bevis på att Yle har lyckats skapa ett utbud som tilltalar finländarna. Att Yle kan hävda sig i konkurrensen om barns, tonåringars och unga vuxnas medietid innebär samtidigt ett försvar av den finländska kulturen.

Enligt en utredning av Stiftelsen för kommunal utveckling ansåg 84 procent av finländarna att Yles tv-nyheter var mycket eller ganska tillförlitliga. Noteringen var med marginal den högsta bland alla nyhetskanaler. Yle har en bred och tillförlitlig bevakning av internationella, nationella och regionala nyheter.

Detta är viktigt just nu, när mängder av olika slags falska nyheter sprids speciellt på sociala medier. Coronakrisen har konkret bevisat vilken betydande roll Yle spelar då det handlar om att förse medborgarna med korrekt och uppdaterad information i krislägen som berör hela nationen. Finländarna behöver en nyhetskälla som de kan lita på.

Med tanke på medborgarnas tillgång

till information är det viktigt att det i Finland utöver Yle finns privata medier som tillhandahåller god informationsförmedling och journalistik på rikstäckande, regional och lokal nivå. Därför måste Yle i alla lägen noga överväga vilka nya funktioner det ska införa och hur bolagets verksamhet påverkar hela mediemiljön i Finland. Den sanna utmaningen för de privata mediebolagen är ändå de globala jättarna på webben som snabbt har kapat åt sig en allt större andel av reklampengarna.

Det är viktigt att Yle samarbetar med privata aktörer också inom programproduktioner. Yle har ökat köpen från inhemska aktörer i enlighet med riktlinjerna från en parlamentarisk arbetsgrupp. Det gemensamma målet ska vara att främja exporten av finländska program och på så sätt skapa arbetstillfällen inom sektorn i Finland. Vi har redan sett framgångar för bland annat dramaproduktioner.

Yle har trappat upp satsningarna på evenemangsproduktioner. Yles ambition är att vara mer konkret närvarande i finländarnas vardag, då folket berörs av stora händelser. Yle spelar en viktig roll då det handlar om att förmedla många inhemska och internationella kultur- och sportevenemang till finländarna.

Samtidigt som Yle ska ha ett högklassigt utbud som intresserar den stora allmänheten, bör Yle ta hänsyn till många specialgruppers särbehov och individanpassa innehåll efter finländarnas behov. Det är en krävande uppgift och för att kunna lyckas med det måste Yle ha en stabil finansiering.

Utan att förbise den stora skaran frilansare och andra som arbetar för Yle på deltid, är det i högsta grad bolagets anställda som gör Yle. Det är viktigt att Yle är en attraktiv arbetsgivare som kan rekrytera de bästa förmågorna. Endast kunniga, engagerade och förnyelseinriktade medarbetare kan utföra de krävande arbetsuppgifterna på Yle och år efter år vinna finländarnas förtroende.

Helsingfors 31 mars 2020 å Rundradion Ab:s förvaltningsråds vägnar

Arto Satonen
ordförande

Sammandrag

År 2019 var på många sätt ett gott år för Yles public service-verksamhet. Bolaget uppnådde de viktigaste långsiktiga målen för kundrelationer och stärkte förhållandet till publiken. Yles innehåll och tjänster hade en veckoräckvidd på 96 procent av finländarna.

Kvantitativt var Yles utbud i radio och tv på samma nivå som året innan. Yle fortsatte att öka utbudet på Yle Arenan och satsade på att utveckla tjänsterna på mobil- och webbplattformar, göra det lättare att hitta innehåll och förbättra den individanpassade servicen. Ett fokusområde var också nya audioformat, som poddar.

Veckoräckvidden för Yles tv-kanaler och radion fortsatte att backa något, medan veckoräckvidden på webben ökade, vilket avspeglar den allmänna trenden inom mediekonsumtionen. Yles traditionella radio- och tv-kanaler lockar mest en äldre publik, medan unga konsumerar medier mest på webben. År 2019 utvecklades räckvidden positivt också bland under 45-åringar och uppgick till 92 procent per vecka.

Yle Radio Suomi var fortfarande den mest lyssnade radiokanalen i Finland och Yle TV1 den mest tittade tv-kanalen.

Yles innehåll och tjänster bedömdes som intressanta av 84 procent av finländarna, vilket var en ökning med ungefär en procentenhet från föregående år. Yles mest intressanta tjänst bland hela befolkningen är Yle TV1 och bland under 45-åringarna Yle Arenan.

Även 2019 utsågs Yle Arenan till Finlands ledande webbvarumärke i Taloustutkimus prestigemätning som omfattade 150 finländska och utländska webbtjänster. Hela Yle placerade sig på sjätte plats och Yle Arkivet på sjunde plats. I en prestigemätning som omfattade 600 varumärken kom Yle på femte plats och var därmed det ledande medievarumärket i Finland.

Finländarna värdesätter Yles public service och anser att dess samhälleliga betydelse har ökat. Detta framgår ur de årliga publikundersökningarna. Yle fick betyget 8,3 på skalan 1–10 för sin samhälleliga betydelse, vilket var något bättre än året innan. Yles betydelse för den personliga mediekonsumtionen fick betyget 7,4. Överlag anser finländarna att Yle har skött sitt public service-uppdrag väl.

Finländarna har fortfarande ett starkt förtroende för Yle. Enligt undersökningen av Yles värde för finländarna har 67 procent av finländarna mycket stort eller ganska stort förtroende för Yle. Andelen personer som har ett mycket stort förtroende för Yle ökade under året från 14 till 17 procent. Endast sju procent uppger att de litar lite och tre procent att de inte alls litar på Yle. I undersökningen gav finländarna Yle högsta betyg bland mediebolagen i fråga om förtroende.

Förtroendet för Yles nyhetsverksam-

het är fortfarande starkt. Enligt den årliga enkäten ligger förtroendet för Yles nyheter på 87 procent och över hälften anser att Yle är Finlands ledande nyhetsaktör.

Yles utbud 2019 innehöll både inhemska och internationella framgångar, gemenskapsskapande och engagerande evenemang, ett brett spektrum av fakta och fördjupad journalistik, en mångsidig dukning av drama och kultur samt innehåll speciellt för barn och unga.

Yle har i enlighet med sin strategi och sitt public service-uppdrag utvecklat utbudet genom att satsa på kvalitet, mångfald, delaktighet och dialog samt på nya berättandeformer och utgivningssätt inom alla genrer.

Till de största satsningarna under året hörde riksdagsvalet och Europaparlamentsvalet våren 2019 samt stora internationella idrottsevenemang, som VM i ishockey och synkroniserad konståkning i Finland och VM i fotboll för damer i Frankrike. Yle har också arbetat för att främja jämlikhet och ett mångsidigt utbud av olika idrottsgrenar i sina innehåll.

Stora gemenskapsskapande evenemang var bland annat *Tävlingen för ny musik (Uuden Musiikin Kilpailu)* och *ESC, Bastudagen* som många finländare deltog i, den nya stadsfestivalen *Punkten* samt kampanjen *Näsdagen*.

Yle arbetade för bättre tillgänglighet till innehåll och tjänster för specialgrupper både på finska och på svenska. Svenska Yle lanserade nyheter på lätt svenska och skapade utbud för barn på teckenspråk. Yle ökade också utbudet av syntolkade program på finska och svenska.

Tillgången till Yle Arenan utomlands blev bättre när Yle slutförde tillämpningen av EU-förordningen om dataportabilitet. Därmed kan både personer som reser inom EU och personer som är fast bosatta i Finland ta del av innehållet på Yle Arenan då de har ett Yle-konto.

Yle har också testat och introducerat nya tekniska lösningar – som artificiell intelligens, robotik, taligenkänning och röststyrning – i innehållsproduktionen.

Yle och Digita tecknade ett nytt 10-årigt avtal om distribution av Yles marksända tv- och radiokanaler, inklusive Yles sändningar i högupplösning, eller HD-format. HD-distributionen utvidgas stegvis över hela landet före juni 2020.

Yle har systematiskt ökat inköpen av innehåll av externa parter och inlett samarbetsprojekt med inhemska mediebolag i enlighet med de riktlinjer som lagts fram av en parlamentarisk arbetsgrupp och som föreskrivs i Ylelagen.

Yle höll ekonomin i balans, vilket ställts som mål.

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

Innehåll

1.YLES PUBLIC SERVICE-UPPDRAG OCH STRATEGI 11

1.1 Yles uppdrag

1.2 Yles strategiska riktlinjer och mål

2. FÖRÄNDRINGAR I OMVÄRLDEN 15

2.1 Kommunikationspolitik och reglering av kommunikationen

2.2 Utveckling av mediemarknaden

2.3 Utveckling inom medieanvändning

2.4 Utveckling inom medieteknik

2.5 Utvecklingstrender i europeiska rundradiobolag

3. YLES INNEHÅLL OCH TJÄNSTER 23

3.1 Yle i radio, tv och på webben

3.2 Yles utbud enligt genre

3.3 Tjänster på samiska

3.4 Tjänster för specialgrupper och andra minoriteter

3.5 Andaktsprogram

3.6 Programutbud för utlandet

3.7 Säkerhet, beredskap samt myndighetsinformation

4. YLES VÄRDE FÖR FINLÄNDARNA 51

4.1 Yle och public service-uppdraget

4.2 Yles publik i tv, radio och på webben

4.3 Uppföljning av publikrespons och interaktion med intressenter

5. YLES VERKSAMHET: UTVECKLING OCH PRINCIPER 63
5.1 Utveckling av verksamheten
5.2 Partnerskap och samarbete med övriga medier
5.3 Samhällsansvar i Yles verksamhet
5.4 Oberoende och verksamhetsprinciper
5.5 Personalens utveckling

6. YLES FINANSIERING, KOSTNADSSTRUKTUR OCH FÖRVALTNING 71
6.1 Yles finansiering och intäkter
6.2 Utveckling av kostnadsstrukturen samt kostnader
6.3 Kostnader per innehållssegment
6.4 Yles förvaltning och organisation

BILAGOR 76
Sametingets utlåtande

YLES UPPDRAG

Lag om Rundradion Ab,
7 §, Allmännyttig verksamhet

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

DEN PROGRAMVERKSAMHET SOM BEDRIVS I ALLMÄNNYTTIGT SYFTE SKA SÄRSKILT

1) stödja demokratin och enskildas möjlighet att påverka, genom att tillhandahålla ett mångsidigt utbud av fakta, åsikter och diskussioner samt en möjlighet till växelverkan;

2) producera, skapa, utveckla och bevara inhemsk kultur, konst och stimulerande underhållning;

3) i programutbudet beakta synpunkter som har att göra med allmänbildning och jämställdhet, erbjuda en möjlighet till lärande och självutveckling, lägga vikt vid program avsedda för barn och ungdomar samt tillhandahålla andaktsprogram;

4) behandla den finskspråkiga och svenskspråkiga befolkningen på lika grunder i programverksamheten samt tillhandahålla tjänster på samiska, romani och teckenspråk och i tillämpliga delar även för andra språkgrupper i landet;

5) stödja bevarandet av det finländska kulturarvet, tolerans, jämlikhet, jämställdhet och kulturell mångfald samt sörja för programutbud även för minoriteter och specialgrupper;

6) främja växelverkan mellan olika kulturer och upprätthålla ett programutbud som riktar sig utomlands;

7) förmedla myndighetsmeddelanden som anges närmare genom förordning och ha beredskap för att sköta televisions- och radioverksamheten under undantagsförhållanden.

7 a §, Samarbete
Bolaget ska genom sin verksamhet främja yttrandefriheten, högklassig journalistik och mångfald inom medierna.

Rundradions public service-uppdrag och strategi

1

- **Yle fortsatte med verkställandet av strategin. Publikrelationen förstärktes.**
- **Yle satsar på stärkt interaktion, högklassigt innehåll och en god, personlig service.**
- **Det nya förvaltningsrådet inledde sitt uppdrag.**

1.1 YLES UPPDRAG

1.1

Rundradion Ab (Yle) är ett public service-rundradiobolag. Dess verksamhet bygger på lagen om Rundradion (1993/1380). De senaste revideringarna av lagen trädde i kraft 2017 (436/2017). Det allmännyttiga specialuppdrag, som här behandlas, fastställs i 7 § i Ylelagen.

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

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

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

Riksdagen utnämnde medlemmarna i det nya förvaltningsrådet, som svarar för statens ägarstyrning i Yle, i juni 2019 efter riksdagsvalet på våren. Riksdagsledamot Arto Satonen (Saml) valdes till ordförande för förvaltningsrådet. Det nya förvaltningsrådet har fjorton nya medlemmar och sju medlemmar fortsätter från föregående mandatperiod. Förvaltningsrådet konstituerade sig på sitt första sammanträde 17 september 2019.

1.2 YLES STRATEGISKA RIKTLINJER OCH MÅL

1.2

Yle har lyckats bevara starka band till finländarna och åtnjuter ett stort förtroende. Via radio, tv och webben når Yle fortfarande ut till merparten av finländarna, vilket avspeglar dels det höga anseendet som public service har bland medborgarna, dels bolagets förmåga att svara på förändringar i omvärlden.

Medielandskapet blir hela tiden svårare att navigera och förutspå. Strömningstjänster, poddar, videotjänster och sociala medieplattformar har haft en stor inverkan på mediekonsumtionen

hos olika åldersgrupper. Medieutbudet är större än någonsin och speciellt unga konsumerar medier på helt nya sätt. Det innebär nya utmaningar för Yle.

Yle svarar på förändringarna genom att systematiskt fortsätta utveckla innehåll och tjänster, införa ny teknik och se över verksamhetssätten i enlighet med strategin från 2017.

Den gällande strategin är den första som efter en ändring av Ylelagen fastställdes av förvaltningsrådet. Strategin anger de allmänna riktlinjerna för Yles verksamhet, vilka utgör underlaget för styrelsens beslut om bolagets mål, fokusområdena för varje år samt de viktigaste innovationsprojekten. De ansvariga redaktörerna, som utsetts i enlighet med lagen om yttrandefrihet, har ansvaret för innehållsbesluten.

I strategin anges fem fokusområden:

- Yle stärker gemenskapen genom att lyssna, engagera och förena olika människor.
- Yle producerar högklassigt innehåll och tjänster och gör dem lättillgängliga.
- Yle förnyar sig modigt för att kunna fungera smidigt vid förändringar.
- Yle försäkrar sig om att ha relevant kompetens och nyttiga samarbetsnätverk.
- Yle fungerar smidigt, effektivt och ansvarsfullt.

Yle tar fram innehåll och tjänster med speciellt fokus på under 45-åringar och i synnerhet unga vuxna, för vilka Yle måste kunna erbjuda attraktivt public service-innehåll i den allt hårdare globala konkurrensen. Samtidigt tillgodoser bolaget, i enlighet med sitt public service-uppdrag, att hela befolkningen har tillgång till ett kvalitativt och mångsidigt utbud.

Ny teknik och nya aktörer som utmanar de traditionella mediebolagen påverkar också människors bild av medierna. Yle och de andra finländska medierna spelar en mycket viktig och ansvarsfull roll i att trygga en tillförlitlig mediemiljö

och kvalitetsjournalistik. Medborgarnas behov av trovärdig och mångsidig information är synnerligen viktigt i en tid som präglas av falska nyheter och desinformation.

Till Yles viktigaste strategiska mål hör att stärka förståelsen av samhället och förändringar i omvärlden, samt bidra till interaktion, gemenskap och delaktighet. Yle svarar på diversifieringen av mediekonsumtionen genom att satsa på individanpassade tjänster samt att göra innehåll och tjänster tillgängliga via nya digitala distributionskanaler.

Enligt de av förvaltningsrådet antagna riktlinjerna för Yles ekonomi och verksamhet (2019–2020) ska Yle erbjuda omfattande och mångsidig service för hela befolkningen via ändamålsenliga distributionskanaler, öka satsningarna på webben, tillhandahålla utbud i högupplöst format till alla på lika villkor och hålla ekonomin i balans. Utgångspunkten är att Yles finansiering ska justeras enligt lagen om statens televisions- och radiofond för att motsvara förändringarna i den allmänna kostnadsnivån.

Yle spelar också en betydande roll för en mångsidig finländsk kultur och sysselsättning inom den kreativa sektorn. Bolaget har de senaste åren ökat inköpen från inhemska produktionsbolag och andra aktörer samt sökt nya samarbetsformer med de kommersiella medierna i enlighet med den parlamentariska arbetsgruppens förslag och bestämmelserna i Ylelagen.

Förvaltningsrådet har behandlat uppfyllelsen av de i Ylelagen fastställda specialuppdragen per temaområde under året. Bolagets ledning har rapporterat till förvaltningsrådet om utfallet för de strategiska målen enligt riktlinjerna.

I slutet av 2019 inleddes beredningen av Yles nya strategi som ska behandlas av styrelsen och fastställas av förvaltningsrådet under våren 2020.

Förändringar i omvärlden

2

- **Ändringar har inte gjorts beträffande lagstiftningen om Yle.**
- **Brytningar i medieanvändningen sker snabbt. Globala konkurrenter utmanar inhemska mediebolag.**
- **Nya teknologier blir vanligare inom produktion och distribution av innehåll.**

Inga ändringar i vare sig lagen om Rundradion Ab eller lagen om rundradioskatten bereddes eller antogs under 2019.

I det gällande regeringsprogrammet har skrivits in att "Yles oberoende tryggas och dess betydande roll, som ett offentligt medium som betjänar alla finländare, stärks". Detta anknyter till regeringens riktlinjer om att regeringen stöder yttrandefriheten och en fungerande demokrati genom att stärka verksamhetsförutsättningarna för ansvarsfulla medier och deras konkurrenskraft, samt lika möjligheter för medborgarna att få tillförlitlig information och bilda sig.

2.1. KOMMUNIKATIONSPOLITIK OCH REGLERING AV KOMMUNIKATIONEN

2.1

Kommunikationsministeriet beredde under 2019 ändringar i lagen om tjänster inom elektronisk kommunikation. Ändringarna kommer att höja kraven på Yle gällande tillgängligheten av tjänster, med andra ord öka den lagstadgade mängden programtextning för döva och personer med nedsatt hörsel i direktsändningar och på Yle Arenan. Lagändringarna är en följd av ändringarna i direktivet om audiovisuella medietjänster (AVMS-direktivet) och direktivet om inrättande av en europeisk kodex för elektronisk kommunikation (telekomdirektivet) vilka EU-lagstiftarna antog 2018. Lagändringarna träder sannolikt i kraft i slutet av 2020.

Undervisnings- och kulturministeriet beredde ändringar i upphovsrättslagen, med anledning av EU:s upphovsrättsdirektiv (DSM-direktivet) som antogs 2019. Ett nytt, omfattande undantag för text- och datautvinning gör det möjligt att utnyttja arkivmaterial i större utsträckning till exempel för teknik- och forskningsprojekt kring de inhemska språken.

Direktivet utökar kraven på plattformar (t.ex. Google, Youtube, Facebook och Twitter) gällande användningen av upphovsrättsskyddat material på plattformen. Skyldigheten att rapportera om användningen av verk kan öka den administrativa bördan för mediebolagen samt medföra konkurrensrättsliga risker. Ändringarna i den finländska lagstiftningen till följd av direktivet ska sättas i kraft senast 7 juni 2021.

Medieförbundet, som representerar de kommersiella mediebolagen, bad i juni 2017 EU-kommissionen utreda om den offentliga finansieringen av Yles textbaserade medieinnehåll de facto strider mot EU-reglerna om statsunderstöd. Kommissionen hade inte lämnat ett avgörande i frågan i början av år 2020.

2.2 2.2. UTVECKLING AV MEDIEMARKNADEN

De stora förändringarna inom mediebranschen fortsätter. Ny teknik förändrar både intjäningsmodellerna inom branschen samt människors användarvanor och uppfattning om vad media är.

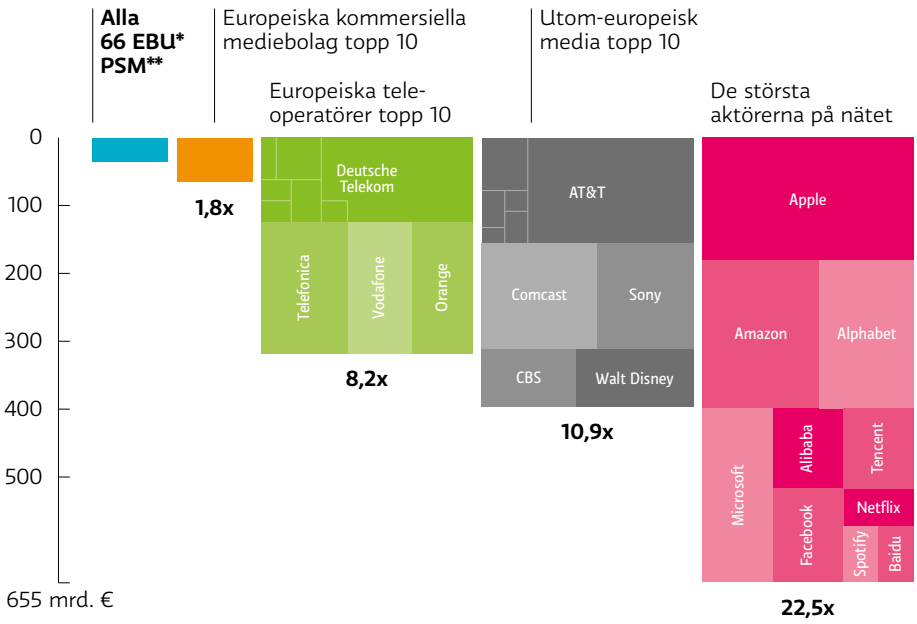
De finländska mediebolagen är lilleputtar i den globala mediekonkurrensen. Bland annat de amerikanska och kinesiska teknikjättarna tar plats på de sociala medieplattformarna. Google och Facebook har redan över en femtedel av reklamförsäljningen och cirka 60 procent av webbreklamen i Finland.

Då reklampengar flödar ut till globala aktörer måste de inhemska kommersiella medierna se sig om efter nya intjäningsmodeller. Därför flyttar de stora mediebolagen fokus från tidningar och tidskrifter till nya sektorer, som bland annat handelsplatser online, lärande, musik och underhållning samt evenemang.

Koncentrationen av ägandet i lokala och regionala medier fortsätter då medieföretag förenar krafterna för att klara av satsningar i till exempel digitalisering.

Teleoperatörer, som Elisa och Telia, försöker få ett allt starkare fotfäste på mediemarknaden i Finland. De skaffar aktivt

Omsättningen för centrala medieaktörer och en jämförelse med public service-bolag 2018, miljarder euro



*) European Broadcasting Union, Europeiska radio- och TV-unionen, 66 medlemsbolag
**) Public service-media
Källa: EBU, baserar sig på medlemsbolagens och övriga bolags bokslut

mer visningsrätter och ökar också den egna produktionen av innehåll. I november gav EU-kommissionen grönt ljus för svenska Telias förvärv av Bonniers tv-verksamheter, däribland finska MTV Oy.

Konkurrensen om rättigheterna till sport och annat innehåll har hårdnat och det är allt svårare för nationella aktörer att få tag på bra innehåll på rimliga villkor. Rättigheterna till de största evenemangen bjuds inte längre ut till enskilda länder utan de omfattar hela regioner, och det händer att rättigheter säljs utan offentlig budgivning. Dramaproduktionerna blir också dyrare och behöver ofta internationell medfinansiering.

2.3 UTVECKLING INOM MEDIEANVÄNDNING

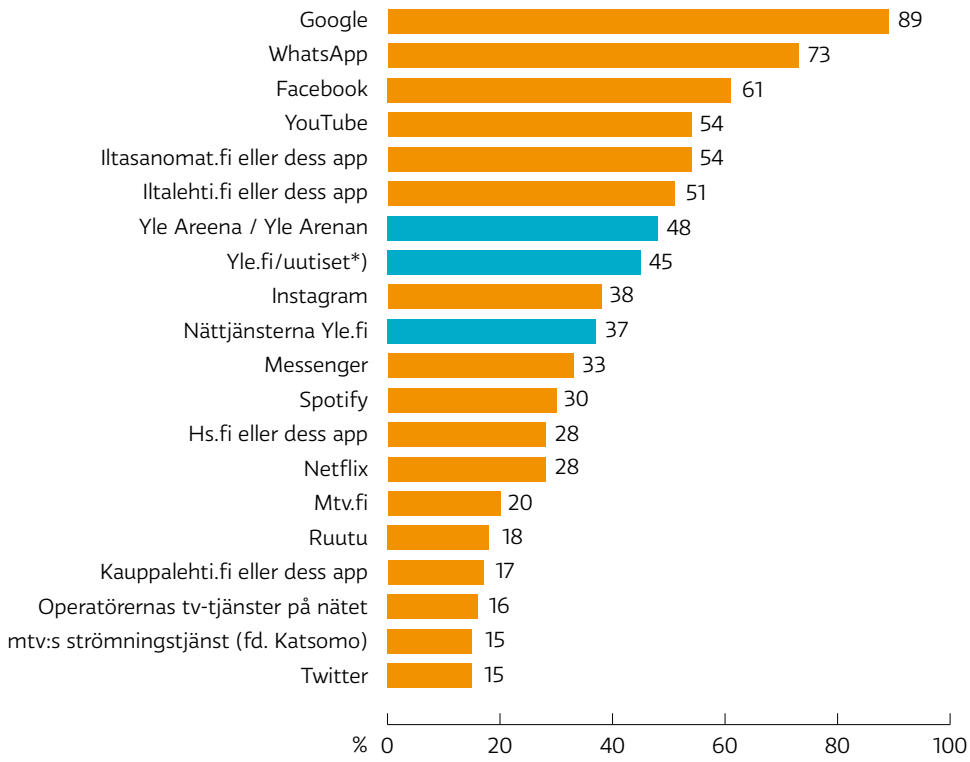
2.3

Utbudet av medieinnehåll och andra tjänster som konkurrerar om människors tid är större än någonsin. Människor kan välja mellan otaliga alternativ och ta till sig innehåll på den plattform och vid den tidpunkt som de själva önskar. Speciellt unga använder medier på nya sätt.

Fragmenteringen av medieanvändningen mellan traditionella, nya digitala och sociala medier innebär att det finns färre medier som skapar sammanhållning.

Traditionell linjär tv och radio står

Webbtjänsternas veckoräckvidd hösten 2019



*) inkl. väder & sport
Webbtjänster i undersökningen
15+ -befolkningen
Källa: Kanalimageundersökning, Taloustutkimus / Smart data och kundinsikt, Yle

fortfarande på sig, trots att tittandet och lyssnandet minskar år för år.

Finländarna tittar på tv i genomsnitt 2 timmar 42 minuter per dag (2018: 2 timmar 45 minuter). Inhemska och internationella strömnings- och kortvideotjänster ökar i popularitet bland alla åldersgrupper. Nya tjänster dyker upp på marknaden titt som tätt.

Finländarna lyssnar på radio i genomsnitt 2 timmar 40 minuter per dag (2018: 2 timmar 48 minuter). FM-radio har fått sällskap av ett nytt audioutbud som inte är bundet till en radioapparat eller radiokanal. Speciellt unga lyssnar allt oftare på poddar.

De kommersiella medierna söker fortfarande efter hållbara intjäningsmodeller inom journalistik. Globala sociala medieplattformar har allt större kontroll över var publiken hittar nyheter och vilka nyheter människor ser. Fenomen som falska nyheter, desinformation och djupfejkade videofilmer rubbar förtroendet för institutioner och de traditionella medierna. Den professionella journalistiken står inför allt större utmaningar.

I Norden litar människorna fortfarande på de traditionella medierna, och finländarnas tilltro till nyhetsmedierna är högst i världen. Även denna tilltro har minskat något, i linje med den globala trenden.

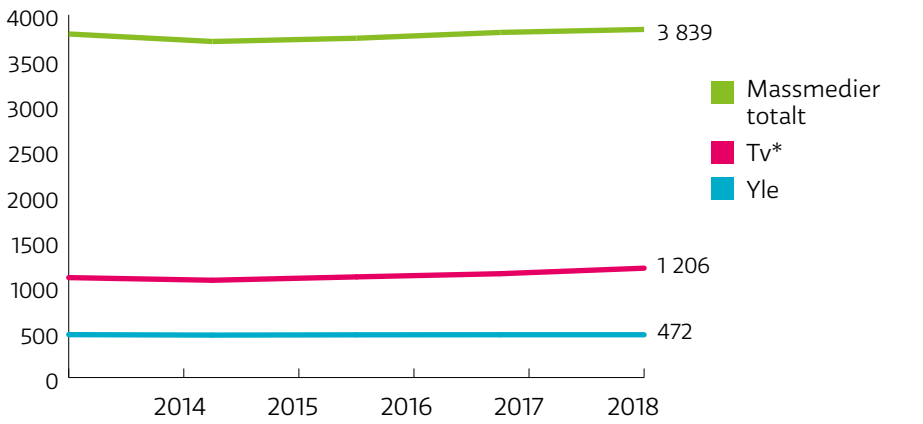
2.4 UTVECKLING INOM MEDIETEKNIK

Tekniken inom mediebranschen utvecklas allt snabbare. Smarta lösningar för hemmen, som smarta högtalare, är ett megafenomen inom hemelektronik. I Finland bromsas utbredningen av att få system pratar finska. För mediebolagen ger röststyrning möjligheter för nya servicekoncept, samtidigt som den ställer traditionella koncept på prov.

Kommunikationsnäten utvecklas, och de första 5g-näten togs i bruk i Finland under året. För Yle innebär 5g nya möjligheter för både medieproduktion och mediekonsumtion.

Utvecklingen inom virtuell verklighet (VR) och förstärkt verklighet (AR) fortsätter. Tekniker med Internet Protocol

Massmediemarknadens värde i Finland, miljoner euro



*inkl. också hela Yle (tv, radio, webbtjänster)
Källa: Statistikcentralen, Yle

(IP) och molntjänster, bildupplösning i 4K och 8K samt nya audioformat förändrar sätten att sända och ta emot innehåll. Artificiell intelligens integreras i teknikprocesser och väcker frågor bland annat om algoritmernas etik, vilka även Yle vill besvara.

2.5 UTVECKLINGSTRENDER I EUROPEISKA RUNDRADIOBOLAG

Public service-bolagen står under tryck i många länder, både i Europa och globalt. Det beror delvis på de kommersiella mediernas situation i ett internationellt konkurrensläge, men också på splittringen av mediefältet och de nya medievanorna. Dessutom har det dykt upp ansatser att begränsa public service-bolagens verksamhet, speciellt i de östra delarna av Centraleuropa.

Samtidigt intensifieras den allmänna samhällsdebatten om public service-verksamhetens roll i att stärka tillgången till tillförlitlig information, yttrandefriheten, demokratin och mediernas mångfald.

I Norden fattades 2019 beslut om en ny finansieringsmodell för det norska rundradiobolaget och om de nya sändningstillstånden för de tre rundradiobolagen i Sverige.

I Norge ersattes tv-licensen från och med början av 2020 med finansiering via skattesedeln, vilket på många sätt liknar Yleskatten. Besluten om NRK:s finansiering tas hädanefter för fyra år i taget. Finansieringen omfattar ett särförfarande i statsbudgeten genom vilket Stortinget tilldelar bolaget flerårig finansiering. Avsikten är att trygga långsiktig och oberoende finansiering av public service.

Samtidigt beslutade man i Norge att förnya mediestöden och skapa ett system som omfattar alla mediestöd och är smidigare än det nuvarande systemet. NRK ålades också att förbättra tillgängligheten och den regionala nyhetsverksamheten i de mest avsides belägna regionerna.

Enligt NRK:s sändningstillstånd ska bolaget erbjuda public service-innehåll via alla centrala utgivningsvägar, också på webben, för att betjäna alla målgrupper.

Sedan 1 januari 2019 har man i Sverige en public service-avgift via skattesedeln, det vill säga som Yleskatten. I Sverige beslutade också regeringen om sändningstillstånden för public service (SVT, SR, UR) för åren 2020–2025. Villkoren är i stort sett desamma som tidigare, men tillstånden kompletterades bland annat genom att SR och SVT ska stärka sin nyhetsbevakning i svagt bevakade områden, så kallade vita fläckar.

De nya sändningstillstånden omfattar utöver radio och tv även public service-bolagens webbtjänster. Den svenska regeringen anser i propositionen att SVT, SR och UR också ska tillhandahålla innehåll på webben samtidigt som de fokuserar på sin kärnverksamhet, det vill säga ljud och rörlig bild.

På grund av de nya åtagandena kommer medelstilldelningen till de svenska public service-bolagen att höjas med två procent per år. Bolagen ska utveckla verksamheten med hänsyn till bland annat kvalitativa nyhetsmediers konkurrensförutsättningar för att främja en mångfald av perspektiv på en livskraftig mediemarknad.

Danmark är inne i ett övergångsskede då den nuvarande medielicensen avfasas och ersätts med skattefinansiering 2022. Danmarks nya regering har för avsikt att se över det mediepolitiska programmet från föregående regeringsprogram samt besparingarna i public service-bolaget DR:s verksamhet. De kommer att utvärderas närmare under våren 2020.

Hösten 2019 infördes lättnader i public service-kontraktet som fastställer DR:s uppdrag genom att stryka vissa begränsningar, såsom kravet att undvika publicering av långa och fördjupade artiklar på webben. Dessutom tilldelades DR tilläggsfinansiering som gav två nedläggningshotade radiokanaler en förlängning på åtminstone ett år.

Den danska regeringen vill också stärka rundradiobolagets oberoende genom att besluten om antalet radio- och tv-kanaler hädanefter ska fastställas av mediemyndigheten Radio- og tv-nævnet och inte av Kulturministeriet.

Det brittiska public service-bolaget BBC har utrett olika alternativ för att kunna fortsätta verksamheten inom EU efter brexit.

BBC:s gällande 11-åriga koncession går ut 2027. Vid följande mellangranskning av koncessionen 2022 kommer man eventuellt också att ta upp finansieringsmodellen för BBC.

Den brittiska mediemyndigheten Ofcom publicerade sin andra rapport om BBC:s verksamhet 2018/2019. Enligt rapporten har bolaget allmänt taget skött sitt uppdrag väl och tillhandahållit ett mångsidigt utbud. Däremot bör BBC satsa mer på att nå unga och stärka mångfalden.

I många EU-länder söker både public service-bolag och kommersiella mediebolag nya samarbetsmöjligheter och partners för att kunna svara på den allt hårdare konkurrensen från globala strömnings- och videotjänster.

I Frankrike kommer tre mediebolag att starta den gemensamma videotjänsten Salto sommaren 2020. De deltagande bolagen är public service-bolaget France Télévisions och de stora kommersiella bolagen TF1 och M6. I Storbritannien har BBC och reklamfinansierade ITV lanserat den avgiftsbelagda direktströmningstjänsten Britbox, som redan tidigare funnits i Nordamerika.

Många europeiska mediebolag har

Den globala konkurrensen om rättigheterna till stora sportevenemang har hårdnat och det är allt svårare för nationella aktörer att få tag på bra innehåll på rimliga villkor.
Bild: Valery Sharifulin / ITAR-TASS, AOP

också meddelat om ökade satsningar på originalproduktioner. Genom samarbete mellan den kreativa sektorn, medierna och tekniksektorn vill man hitta nya metoder för att höja konkurrenskraften inom den kreativa branschen i Europa.

KÄLLOR:

- EBU
- Finnpanel
- IAB Finland
- Kantar TNS
- Statistikcentralen
- Reuters Institute
- Omvärldsrapporter (Yle)

GALAXIN PALLO

Yles innehåll och tjänster 3

- **Yle skapade mångsidiga innehåll och tjänster för olika målgrupper.**
- **Yle Arenan behöll sin ställning som ledande webbvarumärke.**
- **Yle fortsatte att arbeta för bättre tillgänglighet till innehåll och tjänster.**

3.1 YLE I RADIO, TV OCH PÅ WEBBEN

3.1

Yle svarar på ändringarna i mediekonsumtionen genom att erbjuda public service-innehåll som är mer behovs- och situationsanpassat än tidigare.

Yles traditionella radio- och tv-kanaler har fortsättningsvis en stark ställning i finländarnas vardag, speciellt bland de äldre åldersgrupperna. Samtidigt pågår en diversifiering av mediekonsumtionen enligt användarvanor i allt mindre publiksegment och på allt fler plattformar. Förändringen är speciellt påtaglig bland unga och unga vuxna samt i tilltagande grad bland barn och barnfamiljer för vilka de nya webbtjänsterna är en del av vardagen.

För att kunna erbjuda service till alla målgrupper behöver Yle ett allt större urval av utgivningssätt med vars hjälp public service-utbudet når användarna. Bolaget har systematiskt fortsatt utvecklingen av tjänster på webb- och mobilplattformar och utnyttjat nya tekniska lösningar för att göra det lättare att hitta innehåll och ge mer individanpassad service.

Inspelning av ungdomsprogrammet Galaxenbollen i Mediapolis i Tammerfors. Innehåll till programmet skapas också av bland annat studerande vid Tammerfors yrkeshögskola.
Bild: Laura Pohjavirta / Yle

Till exempel kan de som använder sig av Yles webbtjänster få information i form av brev och meddelanden om program som intresserar dem, innehåll marknadsförs på olika digitala plattformar och användargränssnittet görs mer personifierat. Artificiell intelligens används också för att göra det lättare att hitta rätt.

Yle Arenan har stärkt sin ställning som en mångsidig plattform och Yle har ökat utbudet avsevärt på Yle Arenan. Alla egna program och inköpta tv-program läggs ut på Yle Arenan, i huvudsak redan innan de sänds i tv och som hela serier.

Yle har också utvecklat audioutbudet med bland annat flera nya poddar på Yle Arenan. Detta har bidragit till ökande lyssnarsiffror inom audio. Svenska Yle är en pionjär inom röststyrt innehåll för exempelvis smarta högtalare.

Yle förhandlar aktivt om visningsrätter för innehåll på webben. År 2019 slöts ett nytt avtal med Gramex som förlängde rättigheterna för musikprogram på Yle Arenan från 30 dagar till ett år. Visningstiden för dokumentärer är också längre än tidigare. Genom det tidigare tecknade avtalet med upphovsrättsorganisationerna om publicering av arkivmaterial är det möjligt att regelbundet lägga ut gamla favoritserier på Yle Arenan.

Yle Arenan behöll sin ställning som Finlands populäraste strömningstjänst, vilket är exceptionellt i europeisk skala. Även 2019 utsågs Yle Arenan till Finlands ledande webbvarumärke i Taloustutkimus prestigemätning som omfattade

150 finländska och utländska webbtjänster. Varumärket Yle, det vill säga bolaget som helhet, kom på sjätte plats och Yle Arkivet på sjunde plats på listan.

Antalet **tv- och radiokanaler** på Yle var oförändrat men deras profiler preciserades. Yle TV1 stärkte sin profil inom nyheter, aktualiteter och fakta på finska genom att nyhetssändningarna i TV2 flyttades till TV1. En betydande ökning av programtextningen på svenska på Yle Teema kvällstid innebar en förbättring av servicen för den svenskspråkiga befolkningen.

Radiokanalerna, som finska Yle Radio Suomi och svenska Yle Vega, ökade mängden direktsändningar och närvaro vid evenemang runtom i landet.

Yle publicerar primärt sitt innehåll på sina egna plattformar. Utöver det utnyttjar bolaget också externa plattformar - efter noga övervägande - då det är ändamålsenligt med tanke på publiken. Sociala medieplattformar möjliggör nya uttrycksformer och nytt berättande med vilka Yle vill locka bland annat unga. 69 procent av under 45-åringarna nås varje vecka av Yles innehåll via sociala medier.

Yle lyckades också styra betydande publikmängder från sociala medier till Yles tjänster. Exempelvis ungdomsserien *Galen-galnare-högstadiet (Hullu-hullumpi-yläaste)* lockade tittare med hjälp av Youtube och Snapchat, medan många nya läsare har hittat Yles nyhetsinlägg via Yle Uutiset på Facebook.

Bolaget arbetar för att förbättra den individuella servicen och utvecklingen av innehållet bland annat med hjälp av Yle-kontot. Målet är att öka antalet personer som loggar in på webbtjänsterna med Yle-kontot till i medeltal 800 000 användare per vecka. Inloggning förlänger också den tid som användarna tillbringar med Yles utbud. Vid utgången av 2019 uppgick antalet aktiva användare av Yle-kontot till drygt 400 000 användare per vecka.

Yle använder sig allt mer av data och artificiell intelligens vid utvecklingen av innehåll och utbud enligt principerna för public service. Bolaget är noga med att användningen av data och ny teknik sker på ett transparent sätt. År 2019 inrättade Yle nätverket Yle Next som består av experter inom digital användarupplevelse. Dessa förklarar för användarna

Yle News Lab skapade mobilspelet Troll Factory som åskådliggjorde hur falska nyheter sprids. Spelet väckte internationell uppmärksamhet och tilldelades en specialutmärkelse för främjande av mediekompetens i tävlingen Global Youth & News Media.
Bild: Yle News Lab

YLES KANALER OCH TJÄNSTER

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

YLES TV-KANALER

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

YLES RADIOKANALER OCH -TJÄNSTER

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

YLES WEBBTJÄNSTER

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

bland annat hur tillämpningar av data och AI syns i rekommendationerna av nyheter och på Yle Arenan.

I slutet av året slöt Yle och Digita ett nytt 10-årigt avtal om distribution av Yles marksända tv- och radiokanaler. Avtalet omfattar också distributionen av Yles HD-kanaler, d.v.s. högupplösningskanaler, i det marksända nätet. HD-kanalerna börjar sända i Digitas UHF-nät den 1 april 2020 och HD-distributionen utvidgas stegvis över hela Finland före början av juni.

Avtalet är viktigt för hela tv-sektorn i Finland, eftersom det skapar möjligheter för HD-distribution också för de andra tv-bolagen i Finland.

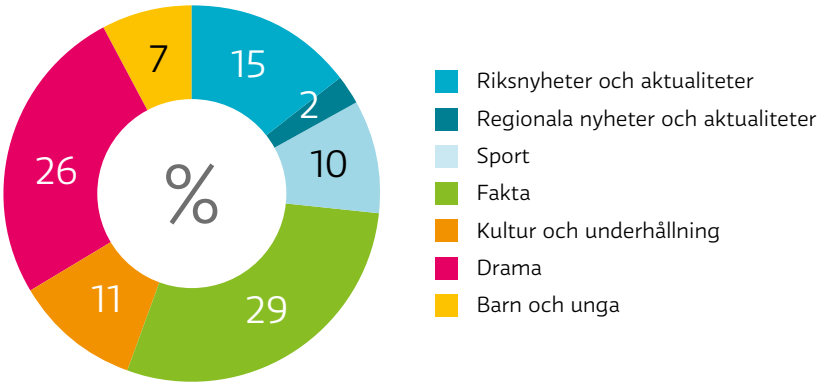
3.2. YLES UTBUD ENLIGT GENRE

Yle har gjort målmedvetna satsningar på att utveckla innehåll och tjänster inom alla genrer i enlighet med bolagets public service-uppdrag och strategi.

År 2019 omfattade utbudet både inhemska och internationella framgångar, gemenskapsskapande och engagerande evenemang för finländarna, utbud speciellt för unga, fördjupad journalistik, en mångsidig dukning av kultur och fakta samt nya experiment.

Yle har bland annat utvecklat berättandeformer och utgivningssätt som utnyttjar ny teknologi, som spelifiering

Innehållens andel av programtimmarna i tv 2019, totalt 18 923 timmar



TV-SÄNDNINGAR 2019 (2018)

- *Programtimmar totalt: 18 922 timmar (18 852). Av dessa var 7 638 timmar förstasändningar. I detta ingår 438 timmar parallella förstasändningar av regionala nyheter och aktualiteter.*
- *Inhemska förstasändningar: 5 024 timmar (5 264). Siffran omfattar också sportprogram som grundar sig på internationella signaler, vilka åtminstone innehåller referat och en studiodel.*
- *Andelen inhemskt innehåll: 53 procent (54).*
- *Andelen europeiskt innehåll: 90 procent (88).*
- *Yle Fem: 2 608 timmar (2 382), varav 893 timmar (951) förstasändningar.*

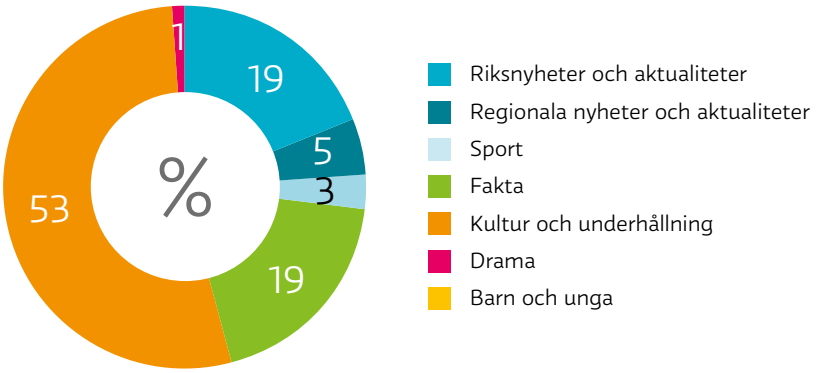
och virtuell verklighet. Innehållsskaparnas samarbete mellan de olika avdelningarna har stärkts vilket stöder den multimediala innehållsproduktionen och en effektivare användning av resurser.

Inom ramen för bolagets utvecklingsprogram inrättades en ny finskspråkig innehållsenhet, Urheilu ja tapahtumat – Sport och evenemang, som inledde sin verksamhet i oktober 2019. Bakom reformen ligger ett strategiskt behov av att stärka Yles genomslagskraft och närvaro exempelvis med nya evenemangskoncept.

Proportionerna mellan genrerna var i stort sett oförändrade. Yles tv-utbud består mest av fakta, drama samt nyheter och aktualiteter. I radio ligger tonvikten på kultur och underhållning, vilket beror på det digra utbudet av musik, samt på nyheter och aktualiteter. Sportens andel i radio varierar beroende på om det ordnas internationella stortävlingar.

År 2019 var över hälften av Yles utbud i tv inhemskt (53 %) och till 90 procent europeiskt, vilket klart överskrider de lagstadgade kraven på public service (2018: 54/87). I radio var andelen inhemska program 99 procent.

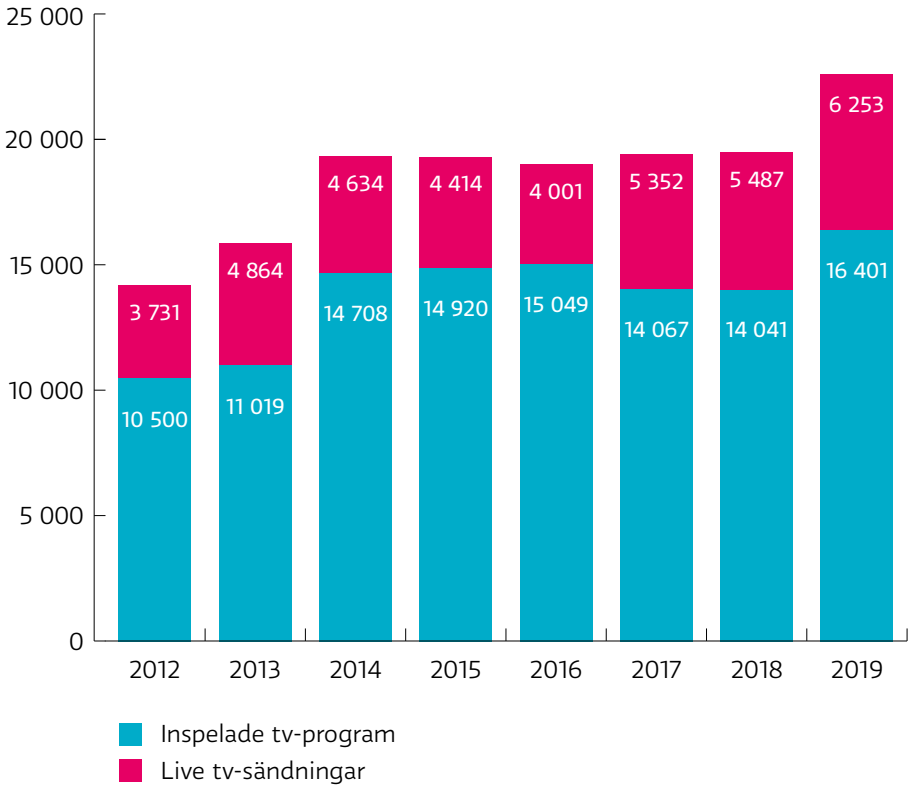
Innehållens andel av programtimmarna i radio 2019, totalt 47 485 timmar



RADIOSÄNDNINGAR 2019 (2018)

- *Sändningstid: 103 380 timmar (105 444). Siffran omfattar alla markbundna sändningar, inklusive programtimmar som lånats från Yles andra radiokanaler, med undantag för lån från Yle Sámi Radio.*
- *Programtimmar: 92 693 timmar (94 592). Siffran omfattar inte program som lånats från andra radiokanaler.*
- *Svenska Yles programtimmar: 18 004 timmar (18 045).*
- *Riksomfattande programtimmar: 44 754 timmar (44 635), varav 82 procent (83) var förstasändningar.*
- *Regionala programtimmar: 31 126 timmar (33 153), varav 3 909 timmar (3 894) var svenskspråkiga.*
- *Yle Mondos programtimmar: 8760 timmar (ingen förändring).*
- *Andelen musik i det riksomfattande utbudet: 48 procent (50).*
- *Andelen inhemskt utbud i radio: 99 procent.*

Antal timmar för inspelade tv-program och direktsändningar på Yle Arenan 2012–2019



VIDEO OCH AUDIO PUBLICERADE PÅ YLE ARENAN 2019 (2018)

- *Video: 44 469 st., 16 401 timmar (37 803 st., 14 041 timmar)*
- *Audio: 104 739 st., 34 165 timmar (108 787 st., 32 471 timmar)*

Yle Elävä Arkisto – Yle Arkivet svarar för utläggning av Yles digra arkivmaterial på webben. Arkivet redigerar, sammanställer bakgrundsmaterial och lägger ut hela program eller utdrag ur program i deras historiska kontext. Det äldsta filmmaterialet är över hundra år gammalt. I tjänsten fanns också Arkivets dygnet-runt-webbradio. Ingen annan tjänst i Finland tillhandahåller video- och audiomaterial med bakgrundsartiklar i samma omfattning.

YLE ELÄVÄ ARKISTO – YLE ARKIVET – PUBLICERINGAR 2019 (2018)

- *Video: 806 st., 510 timmar (1 329 st., 720 timmar)*
- *Audio: 1 051 st., 455 timmar (818 st., 380 timmar)*
- *Bakgrundsartiklar: 153 st. (315 st.)*
- *Arkivets webbradio: totalt 8 760 timmar arkivrepriser (ingen förändring)*

Nyheter, aktualiteter och sport

Yle stärkte under året både den egna nyhetsbevakningen och nyhetsanskaffningen. Till de största satsningarna inom nyhets- och aktualitetsverksamheten och inom hela bolaget hörde riksdagsvalet och Europaparlamentsvalet våren 2019 samt stora internationella idrottsevenemang som intresserade en stor publik i olika åldersgrupper och på olika plattformar.

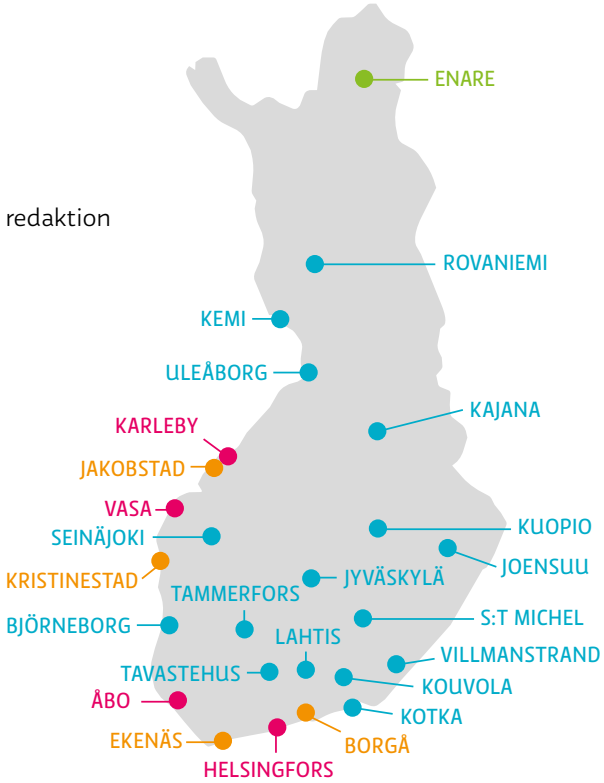
Yle hade täckande och mångsidig bevakning i radio, tv och på webben av de två valen på våren. Enligt en utredning som Yle gjorde upplevde finländarna att de hade nytta av Yles innehåll om valen. Enligt mätningen pratade 85 procent av 18–30-åringarna om valet med vänner, familj eller kollegor efter att ha följt med Yles valinnehåll.

Under året sände Yle också flera gånger direkt från aktuella och betydande samhällshändelser i Finland och utomlands, inklusive regeringsförhandlingarna i Finland som en stor skara finländare följde med.

Grävredaktionen för aktualitetsprogrammet MOT flyttades hösten 2019 till aktualitetsredaktionen, vilket resulterade

YLES REGIONALREDAKTIONER

- Finskspråkig redaktion
- Svenskspråkig redaktion
- Finsk- och svenskspråkig redaktion
- Samiskspråkig redaktion



Yles korrespondenter utomlands

- 7 korrespondenter och 10 medhjälpare
- Aten, Barcelona, Berlin, Bryssel, Istanbul, London, Moskva, Nairobi, Paris, Peking, Rom, Sankt Petersburg, Stockholm, Tallinn och Washington D.C.

i en stark enhet för grävande journalistik även internationellt sett. Dessutom inrättades ett nätverk av unga redaktörer från olika redaktioner, som fick i uppgift att göra nyheter speciellt för under 30-åringar.

Förtroendet för Yles nyhetsverksamhet var fortfarande starkt. Enligt en årlig enkät har 87 procent av finländarna förtroende för Yles nyheter (2018: 89). Likt året innan anser 54 procent av finländarna att Yle är den ledande nyhetsbevakaren i Finland. Enligt enkäten var Yles tv-nyheter och webbnyheter de två mest tillförlitliga nyhetsmedierna i Finland (Yle Nyhetsvärderingar 2019, IRO Research Oy).

Satsningarna på kvalitet förbättrade räckvidden för nyheter, också bland under 45-åringar. I denna åldersgrupp ökade användningstiden på Yles webbnyheter med en fjärdedel jämfört med föregående år. Användningen av den finska tjänsten Yle.fi/uutiset ökade med totalt 10 procentenheter.

Yle har tagit fram nya berättandeformer och utgivningssätt som kompletterar den traditionella journalistiken. Man tillämpade bland annat virtuell verklighet (VR) på ett nytt sätt i helheten *Paratiisi,* som berättade om kärnvapenproven i Stilla havet, och utnyttjade förstärkt verklighet (AR) under valvakan.

Den finska nyhets- och aktualitetsverksamhetens utvecklingsteam Yle News Lab har tagit fram data- och AI-baserade redskap till stöd för redaktionsarbetet, som till exempel Voitto-robotens valnyheter och automatiserade nyhetsbrev från riksdagen. En ny lansering var också mobilspelet *Troll Factory* som åskådliggjorde hur falska nyheter sprids. Spelet väckte internationell uppmärksamhet och tilldelades en specialutmärkelse för främjande av mediekompetens i tävlingen Global Youth & News Media.

Yle utvidgade reformen av den **regionala verksamheten på finska** från pilottesterna i Sydvästra och Sydöstra Finland till alla regionala redaktioner 2019. Omläggningen har ökat samarbetet mellan redaktionerna och bidragit till enhetligare arbetssätt. Målet med den nya arbetsmodellen är att stärka produktionen av regionalt innehåll och öka redaktörernas närvaro ute på fältet.

Efter omläggningen bidrar de regionala redaktionerna i ökande grad med fördjupat nyhetsinnehåll från olika delar av landet även för rikssändningarna. Den regionala mediedesken vid Mediapolis i Tammerfors fungerar som stöd i innehållsproduktionen. Dessutom sammanställs de regionala tv-sändningarna centraliserat i Tammerfors.

Inom **Sporten** förmedlade Yle på olika plattformar bland annat VM i damishockey och i synkroniserad konståkning, vilka ordnades i Finland, samt damernas fotbolls-VM i Frankrike som blev ett hett samtalsämne.

Yle har satsat målmedvetet på att främja jämlikhet samt digitalt berättande inom sporten. Yle presenterar en bred dukning av olika idrottsgrenar i Finland samt motion som hobby. Sammanlagt ingick över hundra grenar i nyhets- och evenemangsbevakningen inom sporten. Kvinnoidrottens andel i sportbevakningen har ökat avsevärt.

Yle och Suomen Urheiluliitto (SUL) tecknade ett långt, fortsatt avtal om inhemsk friidrott. Enligt avtalet visas bland annat Sverigekampen, Kalevaspelen och Paavo Nurmi Games i Yles kanaler fram till år 2026.

Konkurrensen om visningsrätter gällande idrottssändningar har hårdnat och priserna har stigit. Yle inledde förhandlingar med Discovery om att fortsätta partneravtalet så att Yle ska kunna visa OS i sina kanaler 2022 och 2024.

Yle gick också med i Europeiska radio- och tv-unionens (EBU) upphandling av sporträttigheter och kan tack vare detta visa världscupen och VM i skidskytte åtminstone till 2026.

Avtalet mellan Yle och Finska ishockeyförbundet om tv- och medierättigheterna för landslagshockey går ut efter

våren 2020. Yle förlorar sin ensamrätt till en del av världscuptävlingarna på skidor samt skid-VM 2023 och 2025, i och med att Viasats ägare NENT Group lade beslag på tv-rättigheterna till FIS tävlingar under säsongerna 2021/2022–2025/2026.

Drama, fakta och kultur samt utbud för barn och unga

Yle har satsat på inhemskt drama, utbudet av fakta och kultur samt tjänster för barn och unga genom att förnya berättandet och utgivningen. I enlighet med sitt public service-uppdrag utvecklar Yle innehåll som håller hög kvalitet, är mångsidigt och har en egen profil, vilket stödjer bolagets strategiska mål.

År 2019 genomförde Yle flera gemenskapsskapande evenemang och samhällssatsningar samt skapade nytt fakta- och dramainnehåll som väckte intresse både i Finland och utomlands. Bolaget bidrog också med framgångsrika lanseringar till under 45-åringar och unga vuxna, även om dessa målgrupper fortfarande är utmanande för Yle.

Avdelningarnas uppgifter omfördelades hösten 2019 så att kultur och fakta samlades i en enhet. Dessutom skapades ungdomsenheten Unginnehåll och underhållning, som även tog över Yle Kioski och YleX. I Mediapolis i Tammerfors har barninnehåll och faktainnehåll gemensam ledning. För samordning av inhemska köp inrättades en separat avdelning.

Yle har ökat inköpen från inhemska produktionsbolag, i enlighet med den parlamentariska arbetsgruppens förslag 2016. År 2019 köpte Yle program från produktionsbolag i Finland för sammanlagt 43,8 miljoner euro, det vill säga enligt planen. Beloppet var något mindre än föregående år, vilket berodde på att inköpen 2018 överskred planen. Yle köpte både radio- och tv-program, huvudsakligen drama, dokumentärer och faktaprogram, av inhemska produktionsbolag.

Till de största händelserna under året hörde *Tävlingen för ny musik (Uuden Musiikin Kilpailu), ESC* och *Bastudagen* i

Långköraren Ylen aamu-tv i Yle TV1 förnyades och blev Ylen aamu. Programvärdar är bland annat redaktörerna Nicklas Wancke och Milla Madetoja.
Bild: Derrick Frilund / Yle

juli som många finländare deltog i, samt välgörenhetskampanjen *Näsdagen* i vilken Yle deltog via alla kanaler. Den finska ungdomskanalen YleX ordnade i anslutning till Näsdagen direktsändningen *YleX Naurumaraton,* som på 41 timmar samlade in över 176 000 euro till förmån för kampanjen och tilldelades en Gyllene Venla-statyett som årets bästa program.

Som en ny form av samarbete och dialog ordnade Yle i augusti stadsfestivalen *Punkten* tillsammans med Helsingfors stad. Under de tre festivaldagarna kunde besökarna bland annat följa med Yles sändningar och diskutera med programskaparna. Evenemanget lockade cirka 25 000 besökare.

Inom Yles **faktaverksamhet** fokuserar man på ämnesområden över ett brett spektrum från samhällsjournalistik och grävande journalistik till naturprogram, vetenskap, hälsa och välfärd samt Finlands historia. Finland i dag är också en röd tråd i många av de teman och fenomen som behandlas.

De valda ämnena och innehållen ska ge en så mångsidig bild av Finland som möjligt, inklusive regionala och kulturella särdrag. Detta avspeglas i bland annat serien *Finland är ett skogsland* och *Flyttdagböcker* av fyra unga par som flyttar ihop från olika delar av landet.

Finlands närhistoria och förändringar i samhället beskrevs storslaget i serien *Koivisto* som i slutet av året sågs väl över en miljon gånger i tv och på Yle Arenan. Som en del av helheten sändes i radio dokumentärserien *Erittäin salainen Mauno Koivisto* som belyste presidentens långa livsbana och personlighet som statsman.

Mediapolis i Tammerfors spelar en viktig roll för dokumenteringen av Finland utanför huvudstadsregionen. Under året producerades i Tammerfors bland annat sex tv-serier, av vilka de senaste är *Dröm Ab* om företagarlivet samt *Topi – nuoren miehen elämää* som är en fortsättning på berättelsen om en arbetare på bilfabrik. I Mediapolis samarbetar Yle och andra aktörer i branschen i tilltagande omfattning med att skapa innehåll.

Som årets samhälleliga satsning och mission genomförde Yle tillsammans med samarbetspartner våren 2019 kam-

Den populära animationen Mumindalen, som är en finsk-brittisk samproduktion, hade premiär i februari 2019. En del av avsnitten kommer också att få dubbning på de tre samiska språken. I Finland är Mumindalen en originalserie av Yle och Yle är den första beställaren.
Bild: Moomin Characters & Gutsy Animations

panjen *Älskade plast* med fokus på att motarbeta miljöskador och att källsortera rätt.

I slutet av året tecknades ett betydande internationellt distributionsavtal för faktaprogrammens internationella samproduktion, den nya serien *Jägarliv*.

Yle har de senaste åren också satsat på mediefostran och tagit fram innehåll som stöder **mediekompetens och digitala färdigheter** genom webbaserat lärande. Materialet hjälper användare i alla åldrar att utöva källkritik, uppvisa mediekompetens och hantera tekniska förändringar. Helheten omfattar olika teman från att identifiera fejknyheter till kommunikationsfärdigheter och digitala färdigheter som behövs i dag. Yle har planerat innehållet i samarbete med aktörer inom mediefostran.

I Yles webbtjänst för lärande finns också annat innehåll för självutveckling och språkstudier. *Abitreenit* har hjälpt abiturienter att förbereda sig för studentprov redan under fyra årtionden; praktiskt taget alla abiturienter använder sig av innehållet. Under studentproven hösten 2019 hade *Abitreenit* över 150 000 besökare.

Yle fortsatte att utveckla programutbud och webbkoncept för **barn och unga.** För barn under skolåldern lanserades *Lilla Tvåans* nya app *Eskari,* vars spelhehet utvecklar barnens läsfärdigheter genom lek och interaktion.

Barn och barnfamiljer konsumerar media allt mer på webben och mindre i tv, och därför har Yle satsat på Barnens Arena och nya koncept. Trots att största delen av familjer med barn under skolåldern fortfarande använder Barnens Arena ökar i synnerhet Youtube och nya strömningstjänster i popularitet.

Yle utvecklar innehåll för barn i samarbete med experter inom undervisning och pedagogik samt med organisationer som arbetar med barn. Även barn och barnfamiljer deltar i skapandet av program. År 2019 tog Yle bland annat upp barns fysiska integritet i mellansnacken i Lilla Tvåan i samarbete med Befolkningsförbundet samt säkerhetsfostran i helheten *Min kropp är min,* som var ett samarbete med experter från Rädda Barnen och det norska produktionsbolaget Bivrost Film.

Lilla Tvåans *Äventyrsmaskinen* besökte under sin sommarturné olika evenemang, bland annat Kaustby folkmusikfestival, Pori Jazz och barnevenemanget Hippalot i Tavastehus. De enormt populära konserterna visades under hösten i Yle TV2 och på Yle Arenan. Barnen fick också mer audioutbud på Yle Arenan, bland annat 58 sagor av olika författare.

Till det finska utbudet för barn i skolåldern hör *Galaxen* som produceras i Mediapolis i Tammerfors, i samarbete med bland annat studerande vid Tammerfors yrkeshögskola.

Summeri sammanställer innehåll för unga om olika teman, från kortvideor till ungdomsdrama, och lägger ut det på Yle Arenan, Youtube och Instagram. Sociala medier fungerar också som en kontaktkanal mellan Yle och den unga publiken. Summeri når till exempel ut till 127 000 Instagramkonton varje vecka. Antalet uppspelningar på Youtube är cirka 400 000 per vecka.

Bland 15–29-åringar var de populäraste serierna på Yle Arenan den sista säsongen av serien *Nörden: Dragonslayer666,* den animerade serien *Galen – galnare – högstadiet* och skämtserien *Justimus presenterar: Duon*. Den nya dramakomedin *Vuxna,* som handlar om unga som står på tröskeln till vuxenlivet, nådde också bra ut till sin målgrupp.

Yle har dessutom satsat på dokumentärer för unga och på att göra dem mer lättillgängliga på Yle Arenan. År 2019 visades bland annat nio *Docstop*-dokumentärer som beställts för en ung publik.

Även ungdomsmedierna YleX och Yle Kioski utarbetade nya koncept och utgivningssätt för 15–29-åringar. Innehåll publicerades på tredjepartsplattformar som är populära bland tonåringar och unga vuxna samt på Yle Arenan och i radio-

sändningar i YleX.

Enligt en publikenkät når Yle Kioski ut till cirka hälften av målgruppen 15–29-åringar.

Utöver utbudet av innehåll ordnade Yle Kioski ungdomsevenemang om olika samhällsteman, samt medielägret Creator Week, där tjugo unga övade sig på att ta fram mediekoncept.

YleX har strävat efter att lyfta fram bland annat ny inhemsk musik och musikerna bakom den samt presenterat teman som intresserar ungdomar via kändisar. YleX *Viki & Köpi* hör till det mest lyssnade audioutbudet på Yle Arenan och Spotify bland under 45-åringar.

Inom ramen för det digra **kulturutbudet** visade Yle – som under tidigare år – direktsändningar och inspelningar från kulturevenemang, musiktävlingar och konserter på pop- och jazzfestivaler runt om i landet. Under sommaren medverkade Yle i en stor samproduktion från Flow-festivalen med tysk-franska Arte och agerade på hösten värd för världsmusikfestivalen Womex i Tammerfors.

Yle producerade kulturserier speciellt för radio och bjöd genom hela året på direktsända kulturaktualiteter på finska i *Kulttuuriykkönen*. Yles lyrikpris Den dansande björnen delades ut för 25:e gången på diktveckan i Kajana.

För **Radions symfoniorkester** (RSO) var året en publiksuccé, med en beläggningsgrad på 99 procent i konsertsalen i Musikhuset i Helsingfors. Yle förmedlade alla konserter i radio, tv och på webben, och varje konsertprogram nådde uppskattningsvis 200 000 lyssnare, vilket i ett litet land som Finland är en mycket god publiksiffra för konstmusik.

Finsk musik har en framträdande roll i RSO:s repertoar. Orkestern uruppförde och framförde beställningsverk av sex finländska tonsättare. Därtill gjorde RSO en konsertturné till Österrike, Slovakien, Schweiz och Italien. Bland RSO:s gästdirigenter sågs många kända finländska namn som Esa-Pekka Salonen, Sakari Oramo och Jukka-Pekka Saraste.

Brittiske Nicholas Collon valdes till ny chefsdirigent för RSO våren 2019. Han tar över taktpinnen från den nuvarande chefsdirigenten Hannu Lintu, vars kontrakt går ut i juli 2021.

Yles utbud i **dramagenren** omfattar i tv allt från historiska dramer till komedier för unga vuxna och animationer för hela familjen samt i audio allt från traditionella hörspel till poddar.

Internationell framgång rönte bland annat serien *Invisible Heroes* som handlar om skeenden i Chile. Serien tilldelades utmärkelsen för bästa europeiska tv-dramaserie i tävlingen Prix Europa.

Yles hittills största samproduktion, den finsk-brittiska animerade serien *Mumindalen*, hade premiär i februari 2019. Första avsnittet slog nytt tittarrekord på Yle Arenan med 2,1 miljoner tittare. Andra säsongen visas våren 2020. Precis som under första säsongen kommer vissa avsnitt att publiceras också på samiska.

Största delen av audiopjäserna produceras fortfarande för Yles radiokanaler, men poddar och hörspelsserier kring specifika teman lockar nya lyssnare på Yle Arenan. Till det mest lyssnade utbudet hörde *Tapaus Felix Kersten, Radio Sodoma 2* och *Kikka – tarina tähdestä*.

Yle Drama har också tagit fram och testat nya berättandeformat i sociala medier, bland annat på Instagram där kontot Areena Stories bjuder på innehåll speciellt för unga. Yle Dramas originalutbud på sociala medier har också rönt intresse utomlands.

Inhemska producenters roll i Yles utbud

Samarbete med **inhemska produktionsbolag** utgör ett viktigt element i Yles public service-uppdrag. Yle både köper in och visar färdiga tv- och radioprogram samt idkar innehållssamarbete med produktionsbolag. Dessutom finansierar och utvecklar Yle i samarbete nya program och programformat. Programinköpen och

delandet av kunskap bidrar till kontinuitet och stöder sysselsättningen bland unga förmågor i den kreativa branschen.

Yle beställer program för olika målgrupper av produktionsbolagen, dock mest för personer under 45 år i enlighet med bolagets strategi. Tyngdpunkten ligger på innehåll som skapar delaktighet samt på innovativa och nydanande innehållsprojekt. För barn köper Yle kvalitetsdramaserier, animationer och utvecklande faktainnehåll.

Många av de inköpta programmen har blivit publikfavoriter och vunnit flera branschpriser under åren. År 2019 vann Yles program sammanlagt tretton Gyllene Venla-statyetter, som är tv-branschens utmärkelse. De prisbelönta titlarna var tio, bland annat ett av de mest tittade programmen under året, miniserien *M/S Romantic*, samt sjukhusrealityn *Vid liv 24h* och serien *Jägarliv*.

Yle är också en betydande finansiär av inhemsk film, och när det gäller dokumentärer och kortfilmer är bolaget i praktiken det enda mediebolaget som deltar i finansieringen.

Yle köper visningsrätter till inhemsk film, och förköpen står ofta för 10–30 procent av den totala finansieringen. År 2019 slöt Yle avtal om tio nya inhemska långfilmer, 34 dokumentärer och 16 kortfilmer.

Yle fortsatte att öka inköpen av radio- och audioinnehåll. Sedan 2018 sköts dessa inköp centraliserat. Programserier för radio köptes främst för Yle Radio 1 och Yle Puhe.

Yle avtalade med inhemska produktionsbolag om sammanlagt 55 radio- och audioinnehåll. Jämfört med året innan var avtalsbeloppet högre, trots att antalet titlar var något färre. Till nyanskaffningarna i radio hörde Markus Leikolas *Sota ja rauha*, serien *Vammaiskultti* om hur det är att vara funkis samt poddarna *Maanviljelijän tietobaari* och *Ihana Sella*.

De största lanseringarna inom Kultur och underhållning 2019 var musikunderhållningsprogrammet *Mitt livs* låt och komediserien *Moderna män* samt femte säsongen av *SuomiLOVE* som förenar livshistorier och musik. *Soffpotatisarna*, som blivit hela folkets favorit, fortsätter också med en ny säsong.

Dramakomedin och miniserien M/S Romantic, som är förlagd till ett kryssningsfartyg, kammade hem fyra Gyllene Venla-statyetter.
Bild: Yellow Film & TV Oy

Svenska Yle – utbud och tjänster på svenska

Svenska Yle ansvarar för Yles public service på svenska. År 2019 nådde Svenska Yles innehåll och tjänster sammantaget 70 procent av finlandssvenskarna varje dag och 93 procent varje vecka i radio, tv och på webben.

Enligt en mätning av hur värdefullt Yle är anser svenskspråkiga och tvåspråkiga finländare – precis som under tidigare år – att bolaget är betydelsefullt för samhället och att det har lyckats i sitt uppdrag.

I mätningen som gjordes i december 2019 fick Yles betydelse för samhället betyget 8,7 på skalan 1–10 (2018: 8,8). Betyget för Yles betydelse i den svenskspråkiga befolkningens egen mediekonsumtion steg jämfört med föregående år till 7,25 (2018: 6,91). I mätningen av Yles värde för finlandssvenskarna bedömdes Svenska Yle vara den mest trovärdiga bland sex medieaktörer.

Finlandssvenskarna gav i likhet med året innan Svenska Yle betyget 4,49 (på skalan 1–5) för skötseln av public service-uppdraget.

År 2019 mättes för första gången också hur väl Svenska Yle hade lyckats med publikdialogen. Betyget blev 4,74 på skalan 1–6.

Innehåll och utgivning

Svenska Yle satsade under året speciellt på att nå ut till den unga publiken genom att utöka utbudet i den svenska webbtjänsten Yle Arenan. Yle Arenan stärkte sin ställning och uppnådde en räckvidd på över 53 procent av finlandssvenskarna, vilket var betydligt bättre än under tidigare år (2018: 47).

Däremot minskade räckvidden för Svenska.yle.fi. Av den svenskspråkiga befolkningen besökte 43 procent webbplatsen varje vecka (2018: 47).

Radio och tv har en fortsatt stark ställning i finlandssvenskarnas vardag. Veckoräckvidden för vuxenkanalen Yle Vega var 58 procent och för ungdomskanalen Yle X3M 38 procent bland finlandssvenskarna. Yle Fem, som delar kanalplats med Yle Teema, nådde ut till 67 procent av finlandssvenskarna varje vecka.

Svenska Yle har satsat kraftigt på nya audioformat och varit en pionjär inom nytt innehåll på svenska för bland annat smarta högtalare med röststyrning. År 2019 publicerades flera nya poddar, bland annat *Nyhetspodden* samt *Lägsta domstolen,* som förklarar fenomen och problem i samhället för unga målgrupper. Dessutom har Svenska Yle utvecklat audioutbudet på Yle Arenan så att användarna kan lyssna på enskilda nyhetsinnehåll och sammanställa en egen nyhetssändning av dem.

Svenska Yle har nått ut till strategiskt viktiga unga målgrupper med nya dramaserier på Yle Arenan, som *Badrumsliv, Vakuum* och danska *Doggystyle* samt genom att satsa på webbvideor. Bland audioinnehållen är *Ted & Kaj* fortsättningsvis den populäraste finlandssvenska podden. Poddvärdarna turnerade på flera orter i Svenskfinland under året.

Riksdagsvalet och Europaparlamentsvalet våren 2019 samt de stora idrottsevenemangen innebar en stor kraftansträngning även för Svenska Yle.

I samband med valen ville man i synnerhet locka förstagångsväljare och osäkra väljare till innehållet bland annat genom att aktivera publiken. Konceptet *Femtioelva frågor* gick ut på att publiken fick ställa frågor som besvarades på Svenska Yles webbplats och i Yle Vega. I tv lockade de traditionella valdebatterna och valvakan många tittare också till Yle Fem.

Till de stora satsningarna hörde också *Näsdagen,* då bland annat Yle X3M bjöd på en direktsänd komediserie med improvisationer av kända skådespelare. Svenska Yle har överfört resurser till digital utgivning, vilket gör det möjligt att satsa extra på nya innehållsprojekt med samhällseffekt.

Serien *Så fixar du 2019* fokuserade på

lösningar på bland annat ungdomars problem med studier, mental hälsa och ekonomi. Serien väckte stort intresse både på Yle Arenan och i sociala medier.

Svenska Yle har också stärkt sin regionala bevakning och direktsändningarna till exempel från aktuella händelser inom politiken. Den uppdaterade moderna snabbstudion möjliggör allt snabbare reaktioner på olika händelser.

Svenska Yle arbetar också för att stärka sin synlighet vid olika evenemang och öka samarbetet i anknytning till dem. Till exempel på Bokmässan i Helsingfors presenterade Svenska Yle flyktspelet *Fakenews Escape Room,* som åskådliggör skillnader mellan fejknyheter och tillförlitlig information. Konceptet intresserade framför allt 13–20-åringar.

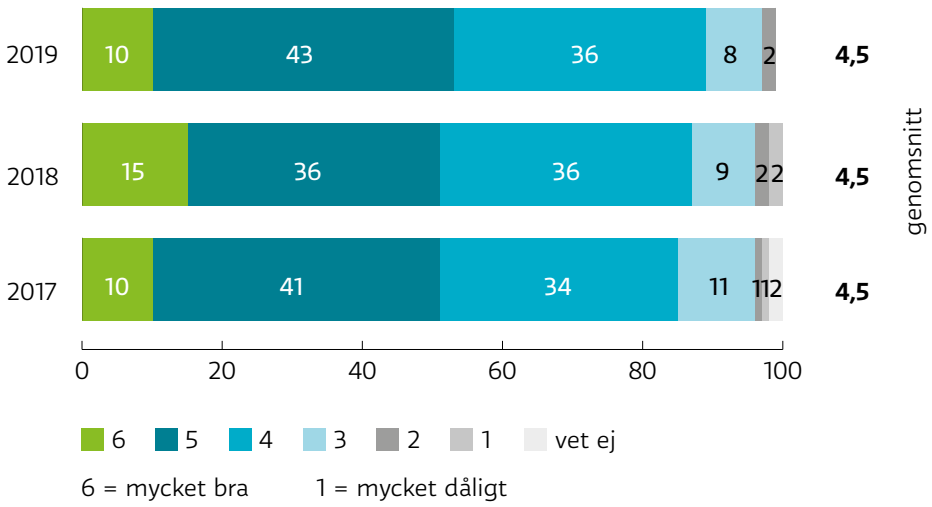
I januari 2019 lanserade Svenska Yle ett nytt innehållskoncept på finska och svenska på Barnens Arena; *Piki-BUU* riktar sig till de yngsta barnen, till under 3-åringar.

Under året förbättrade Svenska Yle också tillgängligheten av innehåll och tjänster för specialgrupper. I slutet av året lanserade Svenska Yle dagliga nyhetssändningar på lätt svenska i Yle Vega och på Yle Arenan. *Yle Nyheter på lätt svenska* betjänar bland annat personer med funktionsnedsättning, äldre, demenssjuka samt invandrare som vill lära sig språket. Uppskattningsvis 40 000 personer i Finland är betjänta av nyheter på lätt svenska.

För döva och personer med nedsatt hörsel har Svenska Yle erbjudit tolkning till finlandssvenskt teckenspråk av ett antal viktiga händelser, som luciakröningen och valdebatter i samband med riksdagsvalet. År 2019 lanserade Svenska Yle också den första barnserien på teckenspråk, *Bärtil på teckenspråk,* som hade premiär i september. Uppskattningsvis 300 personer använder finlandssvenskt teckenspråk och endast Svenska Yle tillhandahåller medieutbud för dem.

Svenska Yle introducerade också syntolkning på svenska. Det första syntolkade programmet på Yle Arenan var den svenska miniserien *De dagar som blommorna blommar.*

Hur väl har Svenska Yle lyckats i sitt public service-uppdrag 2017–2019



Källa: Hur värdefullt är Yle för finländarna 2019, IRO Research Oy

3.3

3.3 TJÄNSTER PÅ SAMISKA

Yle Sápmi är en av de regionala nyhets- och aktualitetsredaktionerna vars verksamhetsområde omfattar det samiska språket och den samiska kulturen.

Yle Sápmi är Finlands enda nyhetstjänst på samiska, och erbjuder ett regelbundet utbud för olika plattformar på de samiska språk som talas i Finland samt på finska. Utöver nyheter och aktualiteter har Yle Sápmi kulturutbud samt barn- och ungdomsprogram och andligt innehåll.

I likhet med de övriga urfolkens medier spelar Yle Sápmi en särroll för det egna folket genom att förmedla information, stärka den samiska identiteten och revitalisera de samiska språken.

Arbetet för att stärka de hotade samiska språken hör till Yle Sápmis viktigaste uppgifter.

Samtliga tre samiska språk har fått större synlighet och hörbarhet i programmen. Tv-nyhetssändningen Yle Ođđasat införde 2019 textning på enaresamiska, skoltsamiska och nordsamiska då de intervjuade personerna talar finska.

De personer som intervjuas och uppträder i samiska nyheter och aktualiteter samt i radio- och tv-program för barn och unga väljs om möjligt från samesamhället.

Redaktionens insatser för att stärka de samiska språken har också noterats internationellt. I oktober 2019 valde det brittiska rundradiobolaget BBC in Sara Wesslin, skoltsamisk redaktör på Yle Sápmi, på sin lista över de hundra mest inspirerande och inflytelserika kvinnorna i världen. Enligt BBC har Wesslin aktivt bidragit till att revitalisera samiskan i Finland.

Den samiska redaktionen 2019

Yle Sápmi flyttade under 2019 in i nya produktionslokaler i Enare kyrkby. Efter flera år i tillfälliga lokaler kan redaktio-

Ijahis Idja är den enda festivalen i Finland som fokuserar på samisk musik. Redaktörerna Xia Torikka, Jon-Erik Näkkäläjärvi och Laura Pieski från Yle Sápmi rapporterade från festivalen i direktsändning.
Bild: Vesa Toppari / Yle

nen nu fokusera på att ta fram nya produktionssätt.

Yle Sápmi har satsat på dialog och närvaro i samernas vardag samt speciellt på att nå ut till under 45-åringar. För att nå nya publikgrupper har man testat olika uttrycksmedel i radio och tv och på webben, liksom också lätta, mobila produktionsmedel.

Yle Sápmi genomförde 2019 en webbenkät för att kartlägga ungas önskemål om innehåll på samiska. Dessutom kommer man att intervjua samiska ungdomar (under 30-åringar) samt enaresamer och skolter för att kartlägga deras behov.

En kartläggning av mediekonsumtionen på nordsamiska inleddes hösten 2019 i samband med omläggningen av Oođđasat.

Redaktionen ökade närvaron för **radio** i vardagen för människorna i Sameland. En omfattande sommarturné ordnades i form av "nomadradio" *(Jutaavan Radio)* och samnordisk sommarradio. Tre gånger i veckan under två månader producerades Yle Sápmis eftermiddagssändning helt ute på fältet. De cirka 30 direktsändningarna i radio, publiceringarna på sociala medier och utbudet på webben tecknade en mångsidig bild av vardagen i området.

Ett liknande, mobilt produktionskoncept användes i den samnordiska sommarradions eftermiddagsprogram, som var en samproduktion med de samiska redaktionerna vid de norska och svenska rundradiobolagen. Det nordiska samarbetet fortsatte också i andra radiosändningar, bland annat i direktsänd morgonradio.

Programtiderna och sändningstimmarna i radio var i stort sett oförändrade från tidigare år. De tre samiska språken hörs i programflödet och används av programvärdarna varje dag och deras relativa andelar var också ungefär de samma som tidigare.

Största delen av utbudet är på nordsamiska, medan enaresamiska och skoltsamiska används främst i eftermiddagssändningarna, minst fyra dagar i veckan. För att göra det lättare att hitta utbudet lades reportagen på samiska ut som egna serier på Yle Arenan.

År 2019 bestod Yle Sápmis utbud i **tv** för samiskspråkiga tittare främst av nyheter och aktualiteter samt innehåll för barn.

Totalt producerade redaktionen 126 timmar nyhetsutbud för tv. De bästa dagarna nådde *Yle Oođđasat* 400 000 tittare, men det minskade tv-tittandet avspeglas också på nyheterna på samiska.

Den första sändningen av Yle Oođđasat hade i genomsnitt 132 000 tittare, jämfört med 196 000 tittare året innan. Det är möjligt att de minskade tittarsiffrorna är en följd av den ändrade sändningstiden på torsdagar, då Yle började visa riksdagens hela frågestund. Torsdagssändningen av Yle Oođđasat i TV1 tidigarelades med en timme och tittarsiffrorna sjönk.

Däremot ökade det genomsnittliga tittarantalet för den sena kvällssändningen av samnordiska *Oođđasat*. Den första sändningen hade i genomsnitt 75 000 tittare, vilket var en ökning med cirka 40 procent jämfört med föregående år.

Yle Arenan har fått en större betydelse som en tjänst för den samiskspråkiga publiken genom att plattformen gör det möjligt att lyssna på radio och titta på tv-program över hela världen. Detta är viktigt för samisktalande eftersom statistik från Sametinget visar att över hälften av samerna är bosatta utanför samernas hembygdsområde och utom räckhåll för den analoga radiokanalen.

Utöver radio- och tv-nyheter producerade redaktionen webbvideor för Yle Arenan samt minidokumentärserien *Gearddit* som riktar sig till unga. Serien som handlade om samiska ungdomars liv hade också textning på finska. Cirka hälften att uppspelningarna startades av under 45-åringar, vilket betyder att minidokumentärerna nådde sin målgrupp.

Försök med samarbete kring webbvideo gjordes också med lokala aktörer och de nordiska rundradiobolagen, det

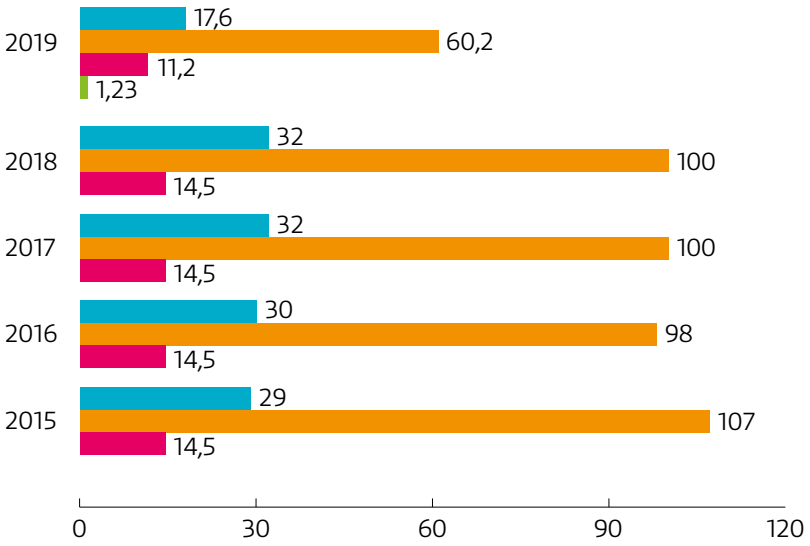
vill säga norska NRK och svenska SVT och SR, till exempel med anledning av samernas nationaldag 6 februari 2019. Produktionskonceptet användes också i samarbete med samiska mediestuderande på urfolkens musikfestival *Ijahis Idja*.

I samband med riksdagsvalet och sametingsvalet producerades videoinspelade valdebatter om sameteman för Yle Arenan. Inför sametingsvalet presenterades kandidaterna i en videoserie riktad till unga som lades ut på Yle Arenan och på sociala medier.

Yle Sápmi har **utbud för barn och unga** främst i radio och tv, men också på Yle Arenan. I radio sändes 52 avsnitt barnprogram på de tre samiska språken. TV-utbudet på samiska var på samma nivå som under tidigare år.

För barnprogrammet *Unna Junná* gjordes 15 nya avsnitt. Ett nytt tillskott var en julkalender på samiska med 24 avsnitt på Yle Arenan. På våren visades dessutom den animerade filmen *Trollvinter i Mumindalen* med samiskt tal i TV2 och på Yle Arenan.

Yle Sápmis programtimmar i tv 2015–2019



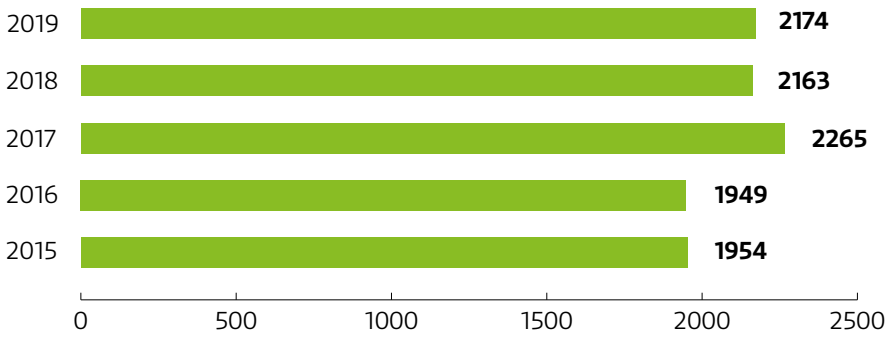
Ođđasat	Nordiska tv-nyheter på samiska, 15 min. Sent på vardagar på Yle TV1. Repris följande dag på Yle TV1 kl. 12.15.
Yle Ođđasat	Yles egna tv-nyheter på samiska, 5 min. Vardagar på Yle TV1 kl. 16.45. Repris följande dag på Yle TV1 kl. 12.19.
Unna Junná	Tv-program för barn på samiska, 15 min. 30 avsnitt på Yle Fem och Yle TV2.
Muumien taikatalvi	En animation dubbad till samiska på Yle TV2.

Yle Drama inledde planeringen av en samisk produktion av den prisbelönta animerade serien *Mumindalen*, med Yle Sápmi som länk till samesamhället. Som ett resultat av samarbetet lanseras första säsongen på nordsamiska våren 2020 och avsnitt från andra säsongen på enaresamiska och skoltsamiska på hösten.

Yle Sápmi arbetade för att engagera **unga** genom att medverka i Yles projekt för mediefostran, *Yle Uutisluokka* (motsv. Nyhetsskolan). På Nyhetsskoledagen i april 2019 deltog Yle Sápmis fadderklass från Karigasniemi i att skapa innehåll för webben, radio och tv.

Yle Sápmis **webbartiklar** får en allt bredare läsekrets för varje år som går. Lästiden för artiklarna uppgick till 667 timmar per vecka, vilket var en ökning på över hundra timmar jämfört med föregående år. Endast andelen under 45-åringar ökade inte på önskat sätt. Deras andel av lästiden var 178 timmar.

Yle Sámi radios programtimmar i radio 2015–2019



3.4

3.4 TJÄNSTER FÖR SPECIALGRUPPER OCH ANDRA MINORITETER

I lagen om Rundradion Ab åläggs Yle att främja jämställdhet, tolerans och kulturell mångfald. Yle ska ge alla medborgare möjlighet att delta i samhället och samhällsdebatten och ta del av gemensamma upplevelser.

Mångfald i utbudet innebär att Yle på lika villkor tillhandahåller innehåll och tjänster som tillgodoser språkliga och kulturella minoriteter med olika bakgrund samt personer som på grund av en funktionsnedsättning är i en utsatt position.

Utöver utbudet av tjänster till specialgrupper vill Yle ge representanter för minoriteter och specialgrupper en större roll som deltagare, experter och skapare av innehåll som riktar sig till den stora allmänheten.

Exempel på sådant innehåll är diskussionsprogrammet *Mahadura & Özberkan* i Yle Puhe, som belyser aktuella samhällsteman ur nya perspektiv, samt serien *Vammaiskultti*, som öppet behandlar handikappfrågor under ledning av två programvärdar som bägge är konstnärer och dessutom har en CP-skada.

Tillgänglighet

Yle fortsatte att systematiskt arbeta för att ge specialgrupper bättre tillgänglighet till innehåll och tjänster.

Som stöd för arbetet inrättades 2018 Yle-rådet med personer som använder specialtjänster samt experter från organisationer för personer med funktionsnedsättning. En fokusgrupp av erfarenhetsexperter utvärderar och testar nya tjänster i samarbete med Yle.

Bolagets tillgänglighetsnätverk främjar informationsutbyte kring tillgänglighet och ska höja kompetensen om temat i bolaget. Sedan hösten 2019 har bolaget också ett tillgänglighetsombud som samordnar utvecklingen av tjänster för specialgrupper.

Våren 2019 införde Yle nya symboler som visas i början av tv-programmen för att informera om vilka tillgänglighetstjänster som kan väljas. Tjänsterna för specialgrupper gjordes lättare att hitta på Yle Arenan genom att samla dem under en gemensam rubrik. Dessutom samlades anvisningarna om tillgänglighetstjänster i tv och på Yle Arenan till ett ställe där det är lättare att hitta dem.

Yles kundtjänst tog i bruk videosamtalsappen Chabla med vilken döva kan kontakta Yle på teckenspråk. Appen underlättar också kommunikationen mellan de döva och de hörande medarbetarna på Yle. På svenska.yle.fi lades det ut en tillgänglighetsbeskrivning och fler beskrivningar kommer att läggas ut på Yles webbplatser.

Yle strävar också efter att utnyttja ny teknologi, som artificiell intelligens, taligenkänning och automatisk innehållsanalys, till exempel som hjälpmedel vid textning. Eftersom det i Finland saknas lämplig teknik för högkvalitativ textning görs textningar, översättningar och syntolkningar i tv tillsvidare ändå huvudsakligen manuellt. Det har gjorts ett antal lovande försök på området.

Textning och tolkning av program

Yle producerar textning av två olika slag, nämligen **översättningstextning** och **programtextning.** Översättningar till *finska* finns i alla tv-program på främmande språk, inklusive svenska. Översättningar från andra språk till svenska görs speciellt på Yle Teema & Fem, men volymen har ökat också i Yles andra kanaler. År 2019 lades svensk textning till alla nya dramaproduktioner på finska samt till ett antal utländska serier med stor publik.

Programtextning är textning av finskspråkiga program på finska och svenskspråkiga program på svenska. Det är en lagstadgad tjänst som främst är till för tittare med nedsatt hörsel. Det handlar om över 700 000 personer i Finland. Textningen är också till hjälp för invand-

rare, personer som studerar språket och på platser där det inte är möjligt att ha ljudet påslaget i tv:n.

År 2019 hade Yle programtextning i samtliga tv-program på finska och svenska, med vissa undantag. Kommunikationsministeriet har beslutat att fram till 1 juni 2020 ge avkall på textningsskyldigheten så att direktsändningar förses med textning inom 24 timmar för reprissändning i tv och på Yle Arenan.

Textning av direktsändningar och program som blir klara i sista minuten är en stor teknisk och kvalitetsmässig utmaning. År 2019 hade Yle trots allt betydligt mer programtextning i direktsändningar med aktuella samhällsteman, som valvakor och specialsändningar från riksdagen och regeringen.

Yle använder allt mer taligenkänning vid textning av program som färdigställs före sändning. Yle testade också textning av direktsändningar med hjälp av taligenkänning och så kallad taltextning. År 2020 kommer Yle att fortsätta utvecklingen av taligenkänning och textning av direktsändningar i samarbete med externa samarbetspartner.

Ljudtextning är primärt en tjänst för personer med nedsatt syn och lässvårigheter. Ljudtextning går ut på att texten i rutan omvandlas till syntetiskt tal. I enlighet med förordningen tillhandahåller Yle ljudtextning i alla program på främmande språk som har översättningstextning.

Syntolkning är verbal återgivning av den visuella informationen i ett program. Utöver personer med nedsatt syn har också personer inom autismspektrumet samt invandrare och äldre nytta av tjänsten.

Yle har erbjudit syntolkning speciellt för drama och dokumentärer där det visuella berättandet spelar en viktig roll. År 2019 ökade Yle utbudet av syntolkade program i tv-kanalerna och på Yle Arenan, även på svenska, och mängden av tillgänglig syntolkning ökade med en tredjedel jämfört med året innan. Nya serier med syntolkning på finska

Vammaiskultti i Yle Puhe tar modigt itu med hur det känns att vara funkis. Programvärdarna Jenniina Järvi och Julianna Brandt är diktare och konstnärer, och båda har en CP-skada.
Bild: Ilmari Fabritius / Yle

var bland annat avsnitt av den animerade serien *Mumindalen* och av hälsoprogrammet *Akuten,* filmen *Den eviga vägen* och *Julkalendern*. Syntolkning på svenska lades till fem serier, bland annat den tredje säsongen av populära *Vår tid är nu*.

Tjänster för språkminoriteterna

Yle erbjöd nyheter på finska, svenska och de samiska språken, romani, karelska och teckenspråk samt på engelska, latin, ryska och lätt finska.

Romano Mirits – Radio 1 och på Yle Arenan

Programmet på 15 minuter sänds varje vecka och innehåller samhällsaktualiteter ur romernas perspektiv. I programmet ingår också nyheter på romani. *Romano Mirits* lyfter fram romernas vardag och kultur och har en viktig roll för bevarandet och utvecklingen av romani. Programmet görs av tre frilansredaktörer av vilka två representerar den romska minoriteten.

Yle har förhandlat med den romska gemenskapen om utveckling av programmet, men inga beslut om nytt innehåll fattades under året.

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

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

Yle News fokuserade 2019 på att stärka webb- och mobilutbudet samt fortsatte med nyhetssändningar i radio på vardagar. Räckvidden på webben och i sociala medier fortsatte att öka. Yle News har också veckopodden *All Points North*.

Novosti Yle – nyheter på ryska – i Yle TV1, på webben och i sociala medier

Den främsta målgruppen för *Novosti Yle* är de ryssar som bor i Finland samt personer som är intresserade av det ryska språket. År 2019 levererade redaktionen nyheter för tv, webben och sociala medier. Novosti Yle i tv dagligen klockan 16.50 har en relativt etablerad publik på i genomsnitt 240 000–250 000 tittare.

Yle Nyheter på lätt finska – i Yle TV1, Yle Radio Suomi och Yle Mondo samt på webben och Yle Arenan

Yle Nyheter på lätt finska redogör dagligen för nyheter på lättbegriplig finska. Tjänsten finns till för personer med svårigheter att förstå tal eller skriven text. Enligt Selkokeskus behovsutredning (2019) finns det upp till 750 000 personer i Finland som behöver nyheter på lätt finska. De lämpar sig också exempelvis för personer med minnesstörningar, äldre och personer som studerar finska.

Nyheterna på lätt finska sänds kvällstid i Yle Radio Suomi och flera gånger om dagen i Yle Mondo samt i Yle TV1 vardagar klockan 16.40.

År 2019 hade Yle specialtjänster för bland annat väljare som behövde information på lätt finska vid valen i våras. Världens första valdebatt på lätt språk gjordes för Yle Arenan i samarbete med riksdagspartierna, Kehitysvammaliitto, Selkokeskus och personer som behöver lätt språk.

Yle arbetade också för att göra tv-framställning på lätt finska ännu mer begriplig. Redaktionen för nyheter på lätt finska skapade också en serie om den finländska demokratin, som stöd för integrering av invandrare.

Tjänster på teckenspråk

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

År 2019 hade Yle Arenan en direktsändning på teckenspråk samtidigt med *Fest på slottet* och de övriga programmen

Specialtjänster i programtimmar 2019

I TV OCH PÅ YLE ARENAN (2018 INOM PARENTES)

- *Oođasat 90 timmar (92)*
- *Novosti Yle nyhetssändningar i tv och på Yle Arenan 28 timmar (26)*
- *Teckenspråk 90 timmar (67)*
  - *A-studio samt aktualiteter, inkl. Republikens presidents nyårstal*
  - *Barnprogram på teckenspråk*
  - *Yle Nyheter på finskt teckenspråk*
  - *Yle Uutiset Viikko på finskt teckenspråk*
  - *Riksdagens frågetimmar*
- *Yle Nyheter på lätt finska 20 timmar (20)*
- *Syntolkning 33 timmar (15)*
  - *På finska: Mumindalen (1:a avsnittet), Akuten: Blinda ser på annat sätt, Den eviga vägen, Män och pojkar, Människans lott, Julkalendern: Tomteakademin*
  - *På svenska: Systrar – Sommaren 1968, De dagar som blommorna blommar, Eagles, Allt jag inte minns, Vår tid är nu (säsong 3).*

I RADIO (2018 INOM PARENTES)

- *Romano mirits 11 timmar (11)*
- *Yle News 18 timmar (18)*
- *Nyheter på lätt finska 30 timmar (30)*

på självständighetsdagen i TV1 och på Arenan. Yle fogade teckenspråk också till bland annat utlysningen av julfreden och presidentens nyårstal. Dessutom fattade man beslut om ett nytt diskussionsprogram på teckenspråk och *Mikaela & Thomas* lanserades i Yle TV1 år 2020.

Yle har också ökat programutbudet på finskt teckenspråk för barn med nedsatt hörsel och deras familjer, såsom sagor på teckenspråk på Yle Arenan. I *Lilla Tvåan* på onsdagar använder programledaren finska med teckenstöd. År 2019 lades teckenspråk till barnprogram som bland annat serien *Rikus och Ramis underliga fall* samt avsnitt av serien *Vakna, strumpa!* Innehållet tas fram i samarbete med Finlands Dövas Förbund och andra samarbetspartners.

Svenska Yle producerade en barnserie på finlandssvenskt teckenspråk, *Bärtil på teckenspråk,* som hade premiär i september 2019.

3.5 ANDAKTSPROGRAM

Yle sänder i enlighet med lagen riksomfattande andaktsprogram i radio, tv och på Yle Arenan på finska och svenska. För innehållet i programmen på svenska svarar Kyrkans central för det svenska arbetet (KCSA) och på finska Kyrkans kommunikation. Producenter är Svenska Yle och Yle Fakta Mediapolis. Dessutom sänder Yle Sápmi andliga program på samiska.

Högsta organet är Övervakningsorganet för andaktsprogram, som godkänner sändningsplanerna och ser till att de olika kyrkosamfunden får egna andaktsprogram i Yles utbud. Övervakningsorganet består av representanter för Yle och för den evangelisk-lutherska kyrkan i Finland, den ortodoxa kyrkan i Finland, den katolska kyrkan i Finland samt de fria kyrkosamfunden och församlingarna. Föredragande är KSCA och Kyrkans

Julkalendern: Tomteakademin fick syntolkning på Yle Arenan. Syntolkning går ut på att det som syns i bild beskrivs med ord.
Bild: Hannu Käki / Kaiho Republic

kommunikation som även samordnar andaktsprogrammen.

Andaktsprogrammen på finska har en mycket etablerad publik i Yle Radio 1 och Yle TV1. Andaktsprogrammen har över 1 500 programplatser inklusive reprissändningar.

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

Det sammanlagda lyssnarantalet för morgonandakterna ökade något 2019 efter att de minskat året innan, delvis på grund av att den andra sändningen förlades till en ny sändningstid klockan 7.15. Lyssnarantalet för kvällsandakten minskade med åtta procent under året.

Yle sände radiogudstjänster varje söndag och på de kyrkliga helgerna, sammanlagt 118 sändningar. Under året sändes 64 evangelisk-lutherska gudstjänster, största delen av dem klockan 10. På programplatsen klockan 11 sändes turvis de fria kyrkosamfundens och församlingarnas gudstjänster, ortodoxa och katolska gudstjänster samt sändningar från religiösa sommarmöten; dessa uppgick precis som året innan till sammanlagt 56 sändningar.

Det genomsnittliga lyssnarantalet för radiogudstjänster minskade med cirka 10 procent för förmiddagssändningarna.

Yle TV1 sänder gudstjänster på söndagar och kristna helger, med reprissändningar under de närmaste vardagarna. I tv har nya programformat introducerats, som *Nojatuolikirkko* (”Fåtöljkyrkan”), *Reissukirkko* (”Färdkyrkan”) och musikgudstjänsten *Riemulaulut* (”Glädjesånger”), som tilltalar även något yngre målgrupper.

Sammanlagt visades 36 finskspråkiga tv-gudstjänster, av vilka fyra var reprissändningar och cirka en tredjedel sändes direkt. Yle sände fem gudstjänster från fria kyrkosamfund och församlingar, tre ortodoxa gudstjänster och en katolsk gudstjänst. Antalet var på samma nivå som under tidigare år.

De populäraste andaktsprogrammen är av hävd tv-gudstjänsterna på självständighetsdagen och juldagen, som hade 330 273 respektive 227 997 tittare.

Av formatgudstjänsterna hade schlagergudstjänsten *Riemulaulut – iskelmäkirkko* 221 402 tittare och *Ekumenisk jul* 280 017 tittare. Allt fler tittare och lyssnare tar del av andaktsprogrammen på webben. De populäraste tv-gudstjänsterna sågs på Yle Arenan över 20 000 gånger.

Droppen (Pisara) på lördagar är ett andligt tv-program där gästerna berättar om sitt förhållande till Bibeln. Programmet ökade sitt genomsnittliga tittarantal jämfört med året innan.

Andaktsprogrammen på svenska på Svenska Yles kanaler har en etablerad tittar- och lyssnarskara. Många finskspråkiga tar också del av det svenskspråkiga utbudet.

Yle Fem sänder tv-gudstjänster främst på julen och påsken och vid stora kyrkliga helger. Under året sändes nio svenskspråkiga gudstjänster, av vilka en var katolsk. På måndagskvällar sänds halvtimmesprogrammet *Himlaliv,* där människor dryftar andliga frågor ur ett individuellt perspektiv. Avsnitten sänds i repris på tisdagar. Både gudstjänsterna och *Himlaliv* har förlorat tittare i tv, medan speciellt *Himlaliv* har lockat fler tittare på Yle Arenan.

Yle Vega sänder radiogudstjänster varje söndag och på kyrkliga helger. Under året sändes sammanlagt 62 radiogudstjänster, varav 17 stycken utgjordes av ortodoxa och katolska gudstjänster samt gudstjänster från fria kyrkosamfund. Lyssnarantalet har minskat något.

Morgon- och aftonandakterna *Andrum* och *Aftonandakt* sänds vardagar i Yle Vega. Morgonprogrammet *Ett ord om helgen* på lördagar tar upp söndagens tema, och på söndagar sänds också en aftonandakt. Lyssnarantalet var på ungefär samma nivå som året innan.

ANDAKTSPROGRAMMEN – SÄNDNINGAR 2019 (2018)

PÅ FINSKA

- *I radio 461 timmar (458)*
- *I tv 78 timmar (76)*

PÅ SVENSKA

- *I radio 146 timmar (146)*
- *I tv 16,5 timmar (16,5)*

ANDAKTSPROGRAMMEN – PUBLIK I GENOMSNITT 2019, ALLA SÄNDNINGAR (2018)

PÅ FINSKA

- *I radio 83 900 lyssnare (90 200)*
- *I tv 124 400 tittare (119 500)*

PÅ SVENSKA

- *I radio 14 500 lyssnare (28 800)*
- *I tv 19 700 tittare (20 500)*

Sättet att räkna publiken för andaktsprogrammen har ändrats. Siffrorna för 2019 (exkl. Yle Arenan) är därmed inte helt jämförbara med siffrorna för 2018 (inkl. Yle Arenan).

3.6

3.6 PROGRAMUTBUD FÖR UTLANDET

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

Tillgången till Yle Arenan utomlands blev bättre när Yle slutförde tillämpningen av EU-förordningen om dataportabilitet. Därmed kan både personer som reser inom EU och personer som är fast bosatta i Finland ta del av innehållet på Yle Arenan då de har ett Yle-konto.

På grund av upphovsrättsavtal finns begränsningar av spridningen av till exempel drama och serier utanför EU. Ibland är det inte alls möjligt att köpa globala visningsrätter till internationella program, som utgör nästan hälften av utbudet, eller så blir kostnaderna för höga.

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 välja 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, aktuali-

teter, fakta- och debattprogram, barnprogram samt musik och underhållning. År 2019 sände TV Finland totalt 4 360 timmar (2018: 4 517).

3.7 SÄKERHET, BEREDSKAP SAMT MYNDIGHETSINFORMATION

3.7

Det är Yles lagstadgade uppgift att förmedla myndighetsmeddelanden som regleras närmare genom förordning och att ha beredskap för att sköta televisions- och radioverksamheten under undantagsförhållanden. Yle fullgör sina åtaganden genom att upprätthålla kontinuitets- och beredskapsplaner, via förhandsarrangemang samt utbildning och övning.

Yle utvecklar ständigt den interna säkerhetskulturen för att säkerställa bolagets verksamhet. Bolaget bygger upp beredskapen för cyberhot och informationspåverkan genom utbildning och sektorsövergripande samarbete med intressegrupper. Yle har också förbättrat säkerheten i lokalerna utifrån riskexponering.

Med de ovan nämnda åtgärderna har Yle god beredskap för incidenter under normala förhållanden och för undantagstillstånd. Beredskapsplanerna för verksamhetsställena uppdaterades 2019 och bolagets ledningsgrupp deltog i incidentövningar.

I slutet av året inleddes en översyn av beredskapsövningarna med fokus på kontinuitet vid incidenter under normala förhållanden. Yle deltog också i Transport- och kommunikationsverkets kartläggning av säkerhets- och kontinuitetsrisker.

Yle såg över processerna för förmedling av varningsmeddelanden så att de motsvarar Nödcentralsverkets nya system. Yle deltog också i ett projekt för utveckling av systemet för varningsmeddelanden.

Yles värde för finländarna 4

- **Yles samhälleliga och personliga betydelse har fortsatt växa.**
- **Yle når 96 procent av finländarna varje vecka.**
- **Yle Radio Suomi är fortfarande den populäraste radiokanalen och Yle TV1 den populäraste TV-kanalen i Finland.**

4.1 YLE OCH PUBLIC SERVICE-UPPDRAGET

4.1

År 2019 lyckades Yle uppnå samtliga långsiktiga mål för kundrelationer med vilka bolaget mäter räckvidden, användningen av innehåll samt betydelsen av public service för samhället. Detta framgår av kanalimageundersökningen som görs två gånger om året.

Yle höjde betygen för både sin betydelse för samhället och sin roll i den personliga mediekonsumtionen. År 2019 fick Yles betydelse för samhället betyget 8,3 på skalan 1–10 (2018: 8,2) och Yles roll i den personliga mediekonsumtionen fick betyget 7,4 (2018: 7,3).

Målet överträffades också genom att 96 procent av finländarna använde minst en av Yles tjänster under en vecka. Räckvidden för tv minskade något jämfört med året innan, speciellt bland under 45-åringar. Yle Arenan och Yles finska nyhetswebbplats lyckades bäst med att öka veckoräckvidden.

Projektet Kaffe med Yle ska öka interaktionen mellan Yle och finländarna och fördjupa kundförståelsen i bolaget. Redaktörerna och programtextarna från Yles nyheter på teckenspråk besökte Helsingfors Dövas Förening.
Bild: Jussi Nahkuri / Yle

Yles innehåll och tjänster bedömdes som intressanta av 84 procent av finländarna, vilket var en ökning med ungefär en procentenhet från föregående år. Yles mest intressanta tjänst enligt publiken är Yle TV1 och bland under 45-åringarna är det Yle Arenan.

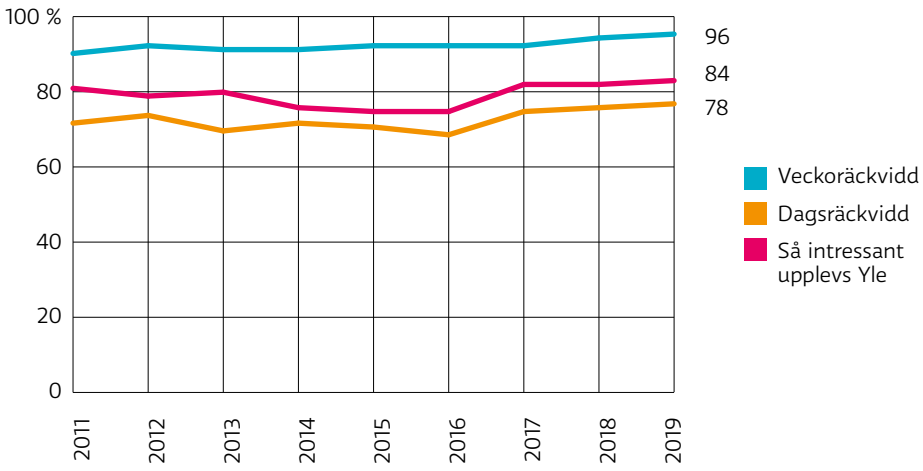
Den årliga undersökningen av Yles värde för finländarna kartlägger finländarnas syn på hur väl Yle lyckats i sitt public service-uppdrag, förtroendet för Yle, interaktionen och ansvarsaspekterna samt Yles utbud och skattefinansieringen i allmänhet.

Enligt undersökningen var förtroendet för Yle på samma nivå som föregående år. På skalan 1–5 fick Yle förtroendebetyget 3,72, vilket var på samma nivå som 2018. Andelen personer som har ett mycket stort förtroende för Yle ökade under året till 17 procent (2018: 14).

Mycket stort eller ganska stort förtroende för Yle uppgav 67 procent av finländarna (2018: 69). Precis som året innan placerade sig Yle på sjätte plats i fråga om förtroende bland 19 samhällsinstitutioner. Listan toppades av Republikens president, polisen samt universiteten och skolväsendet. Finländarna anser att Yle är det mest tillförlitliga av mediebolagen, även om de övriga medierna också presterade bättre i fråga om förtroende.

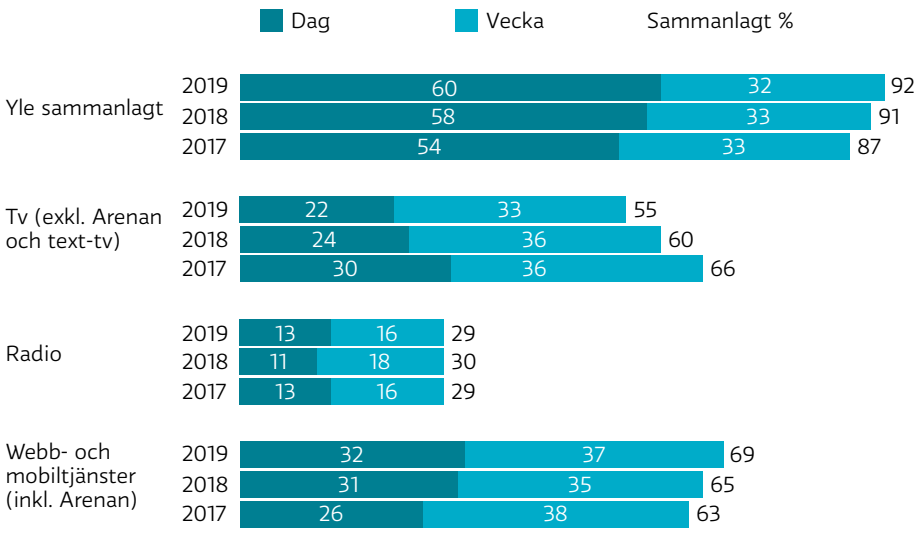
Yles viktigaste uppgifter enligt finländarna är att förmedla tillförlitlig information och inhemskt innehåll på det egna modersmålet. Att Yles innehåll och tjänster är lätta att hitta ses också som vik-

Räckvidd och så intressant upplevs Yle 2011–2019



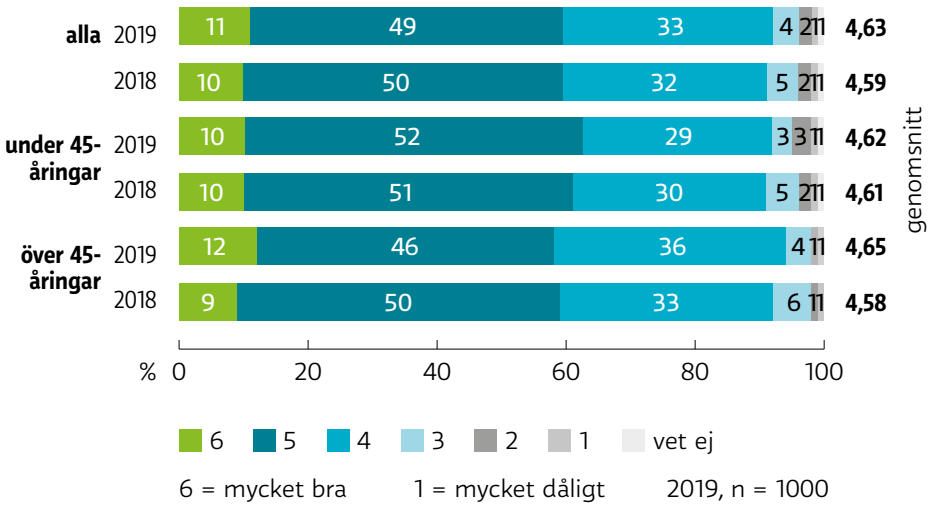
15+-befolkningen
Källa: Kanalimageundersökning 2019, Taloustutkimus / Smart data och kundinsikt, Yle
Observera: Från och med våren 2015 ingår också Yles sociala medier i vecko- och dagsräckvidden.

Räckvidden för Yles medier 2017–2019, % 15–44-åringar



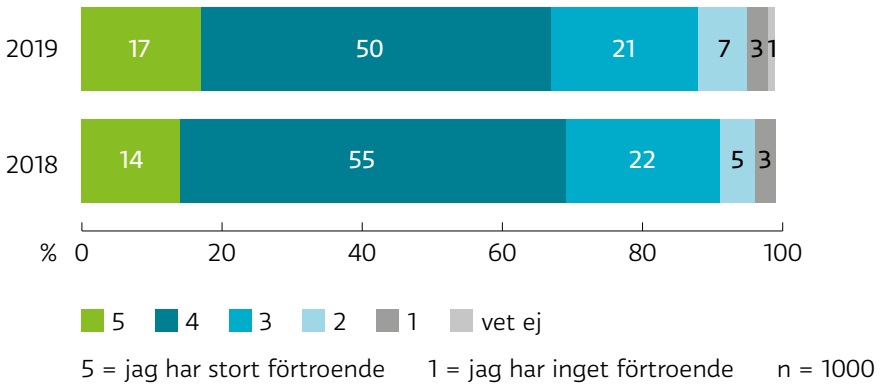
Källa: Kanalimageundersökning 2019, Taloustutkimus / Smart data och kundinsikt, Yle

Hur väl har Yle lyckats i sitt public service-uppdrag som helhet 2018–2019



Källa: Hur värdefullt är Yle för finländarna 2019, IRO Research Oy

Finländarnas förtroende för Yle åren 2018 och 2019



Källa: Hur värdefullt är Yle för finländarna 2019, IRO Research Oy

tigt. Finländarna har också andra förväntningar på Yles innehåll och tjänster, som bland annat att Yle ska

- ha utbud även för specialgrupper
- erbjuda högklassiga program och tjänster för barn
- hjälpa att bättre förstå förändringarna i samhället och ute i världen
- visa olika åsikter, världsbilder och människor som tänker på olika sätt
- förmedla kunskap och färdigheter som behövs i dagens samhälle, höja allmänbildningen
- tillhandahålla relevant medieinnehåll och medietjänster för människor i olika åldrar.

Finländarna anser att Yle överlag har lyckats bra i sitt public service-uppdrag. I undersökningen av Yles värde för finländarna fick Yle betyget 4,63 för sitt public service-uppdrag. Det är något bättre än året innan (2018: 4,59).

Majoriteten av finländarna anser att Yle är en ansvarstagande aktör och att öppenheten förverkligas åtminstone ganska bra. Svarspersonerna önskade att Yle skulle informera mer om bland annat användningen av Yleskatten, bolagets verksamhet i allmänhet och valet av utbud.

Av finländarna anser 74 procent att de får mycket bra eller ganska bra valuta för skattepengarna (2018: 78).

Den svenskspråkiga poddserien Ted & Kaj var fortsättningsvis den populäraste finlandssvenska podden. Poddvärdarna turnerade i Svenskfinland under året.
Bild: Petter Sandelin / Yle

TV-PROGRAM MED FLEST TITTARE PÅ YLES KANALER, UTÖVER NYHETER OCH SPORT 2019:

Yle TV1
- *Självständighetsdagen: Fest på slottet*
- *Inför festen (Kohti Linnan juhlia)*
- *Utlysning av julfreden*
- *Efterfest (Linnan jatkot)*
- *Valvakan vid Riksdagsvalet 2019*

Yle TV2
- *Gyllene Venla (Kultainen Venla) 2018*
- *Snögubben (Lumiukko)*
- *Mumindalen*
- *Eurovision Song Contest 2019: Finalen*
- *Julgubbens heta linje*

Yle Teema
- *Kino Klassiker: För en handfull dollar*
- *Kino Klassiker: Den gode, den onde, den fule*
- *Stjärnorna, kommissarie Palmu, stjärnorna*
- *Okänd soldat (12)*
- *För några få dollar mer (16)*

Yle Fem
- *Solsidan*
- *Maria Lang: Rosor, kyssar och döden*
- *Året med kungafamiljen 2018*
- *Det göms i snö (12)*
- *Nitad (16)*

Yle Arenan
- *Mumindalen*
- *M/S Romantic*
- *Moderna män*
- *Justimus presenterar: Duon*
- *Julkalendern*

RADIOPROGRAM MED FLEST LYSSNARE I YLES KANALER 2019:

Yle Radio Suomi
- *Tarja Närhin Iskelmäradio*
- *Onnen sävel*
- *Pekka Laineen Ihmemaa*

Yle Radio 1
- *Muistojen bulevardi*
- *Ykkösaamu*
- *Jumalanpalvelus*

YleX
- *YleX Aamu*
- *YleX Iltapäivä*
- *Uuden Musiikin X*

Yle Puhe
- *Radiopratshow klockan 13 med Jari Sarasvuo/Miki Liukkosen maailma/ Vammaiskultti*
- *Politiikkaradio (& Puheen klassikko)*
- *Akti*

Yle Vega:
- *Regional morgon*
- *Regional förmiddag (speciellt torsdagar)*

Yle X3M:
- *X3M Eftermiddag*
- *Supernova*

4.2 YLES PUBLIK I TV, RADIO OCH PÅ WEBBEN

Tv är fortfarande det medium som förenar finländarna, trots att tv-tittandet fortsätter att minska. År 2019 nådde Yles tv-kanaler ut till 77 procent av finländarna varje vecka och 51 procent varje dag (2018: 78 och 52).

Den bästa täckningen bland Yles kanaler hade Yle TV1, som 42 procent av finländarna tittade på varje dag. Den dagliga räckvidden bland finländarna var för MTV:s kanaler 46 procent, Nelonen Media 38 procent och Discovery Networks Finland 26 procent.

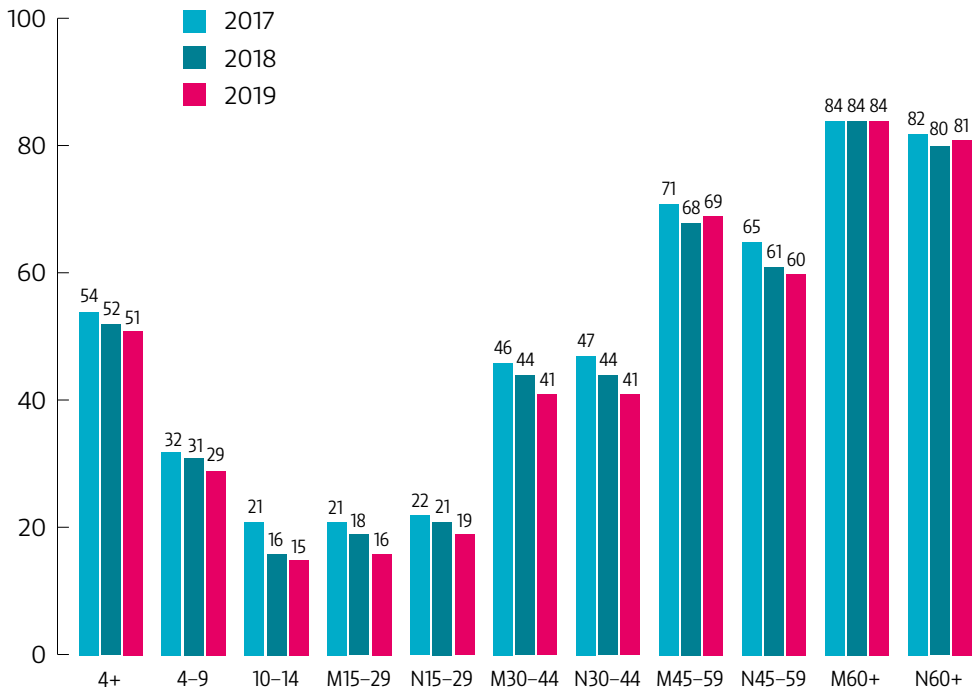
Yles mest tittade utbud var aktualiteter, nyheter, fakta, sport och inhemsk fiktion.

Yles regionala tv-nyheter når fortfarande ut till många tittare. År 2019 hade de finskspråkiga regionala nyheterna i Yle TV1 kl.17.06 i genomsnitt 512 000 tittare (2018: 549 000) medan sändningen kl.18.22 hade 577 000 tittare (2018: 627 000).

Dagsräckvidden för Yles tv-kanaler var 47 procent bland de svenskspråkiga i Finland, vilket var tre procentenheter mer än året innan. Även bland svenskspråkiga är Yle TV 1 den mest tittade kanalen, med en daglig räckvidd på 34 procent.

Yle Fem nådde ut till 20 procent av de svenskspråkiga varje dag och 48 procent varje vecka. Dagsräckvidden ökade med en procentenhet jämfört med föregående år. Räckvidden för MTV:s kanaler var 31 procent, Nelonen Media 26 pro-

Yles tv-kanaler, räckvidd per dag 2017–2019, enligt ålder, %



Källa: TV-mätarundersökning 2019, Finnpanel / Smart data och kundinsikt, Yle

cent och Discovery Networks Finland 21 procent bland de svenskspråkiga.

Den delade kanalplatsen Yle Teema & Fem nådde sammantaget i genomsnitt 54 procent av finlandssvenskarna varje vecka.

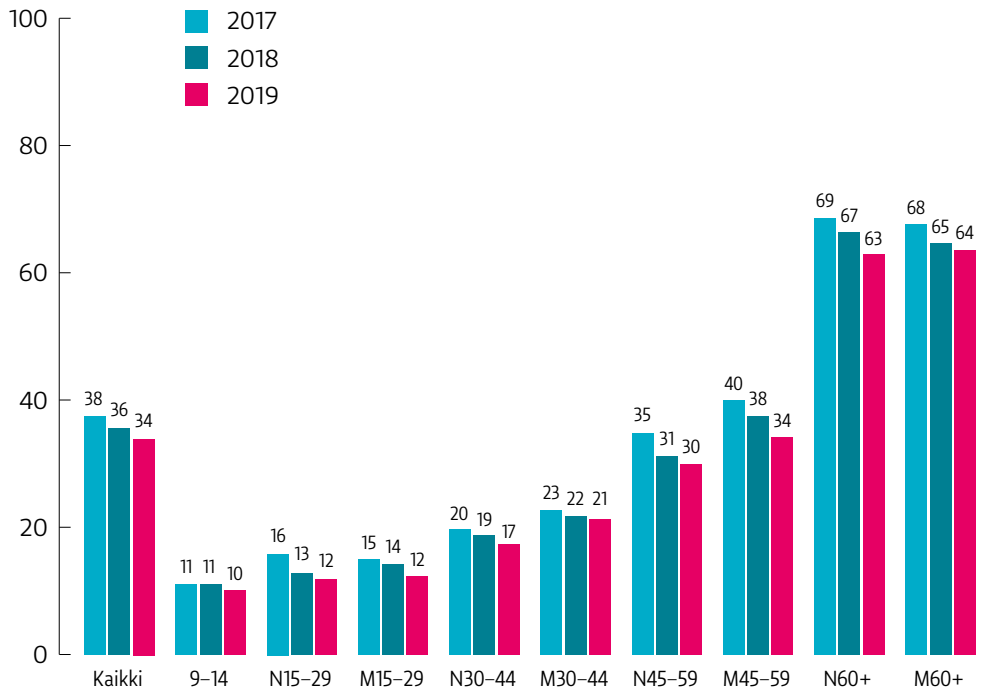
År 2019 lyssnade 91 procent av den över nioåriga befolkningen på **radio** varje vecka. Under en genomsnittlig dag nådde radion 69 procent av befolkningen. Räckvidden för Yles radiokanaler var 51 procent per vecka och 34 procent per dag bland finländarna. Jämfört med året innan hade räckvidden minskat något.

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

I likhet med tidigare år hade Yle Radio Suomi den bästa räckvidden i Lappland, där 48 procent av befolkningen lyssnade på kanalen varje vecka (2018: 44). Den andra ytterligheten var Österbotten, där Yle Radio Suomi varje vecka nådde 26 procent av befolkningen över nio år. I Helsingfors hade Yle Radio Suomi en jämförelsevis låg räckvidd på 28 procent, men numerärt trots allt det största antalet lyssnare, det vill säga 425 000 lyssnare per vecka. I dessa regioner hade radiolyssnandet backat något jämfört med året innan.

Den **svenskspråkiga** befolkningen lyssnar i genomsnitt mer på radio än den övriga befolkningen. År 2019 var radions räckvidd bland svenskspråkiga finländare över nio år 91 procent per vecka och

Yles radiokanaler, räckvidd per dag 2017–2019, enligt ålder, %



Källa: KRT 2019, Finnpanel / Smart data och kundinsikt, Yle

70 procent per dag. Den genomsnittliga lyssnartiden var 3 timmar 36 minuter per dag, vilket var en minskning med femton minuter jämfört med föregående år.

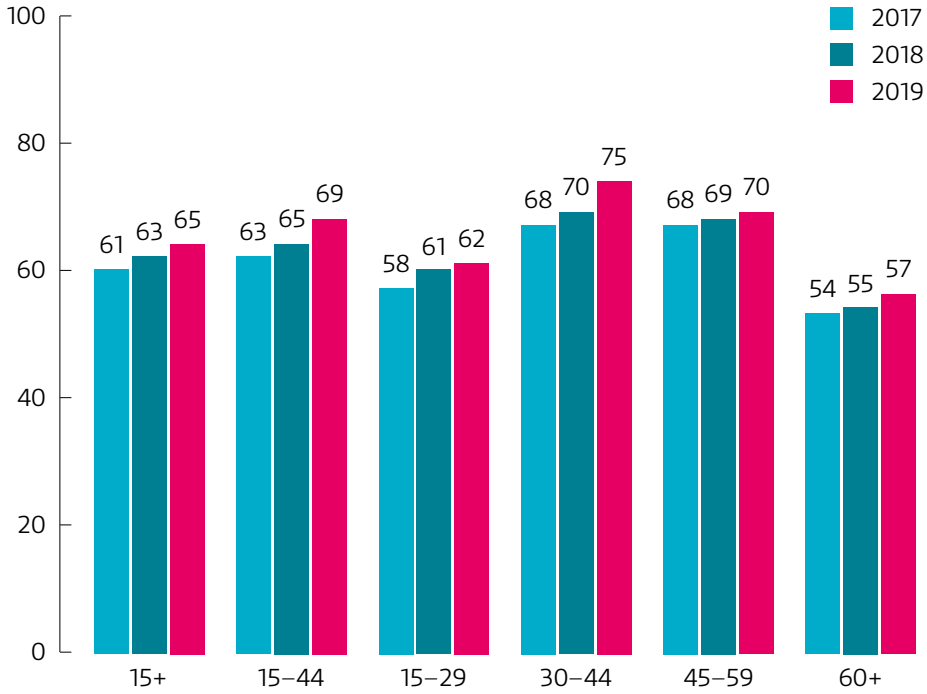
Räckvidden för Yle Vega hos den svenskspråkiga befolkningen var 55 procent per vecka och 39 procent per dag. Yle Vega är den enda finländska kanalen som också har regionala sändningar på svenska. Veckoräckvidden för ungdomskanalen Yle X3M var på samma nivå som året innan. Kanalen nådde ut till 23 procent av de svenskspråkiga (2018: 24) varje vecka. I den egna målgruppen, 15–24-åringar, var veckotäckningen 39 procent (2018: 42).

Webbtjänster

År 2019 hade Yles webbtjänster en veckotäckning på 65 procent av över 15-åringarna i Finland, det vill säga cirka 2,8 miljoner finländare. Det var något mer än året innan (enligt image-undersökningen KMK). Uppgifterna om den månatliga användningen av webbtjänster baserar sig på FIAM, som är den officiella online-publikmätningen i Finland. Enligt mätningen besökte i medeltal 3 740 000 finländare Yles webb- och mobiltjänster varje månad.

Under 2019 besöktes Yles webb- och mobiltjänster totalt över 1 055 miljoner

Yles webb, räckvidd per vecka 2017–2019, enligt ålderskategori, %



Källa: Kanalimageundersökning, Taloustutkimus / Smart data och kundinsikt, Yle

gånger, det vill säga betydligt mer än tidigare (Adobe Analytics). På Yle Arenan gjordes nästan 850 miljoner starter antingen av video- eller audioprogram och -inslag eller direktsändningar i radio och tv. Det är i genomsnitt 2,3 miljoner starter per dag. Det innebär en ökning med cirka 210 miljoner.

Vid utgången av 2019 fanns det totalt 1 450 000 **Yle-konton.** Konton har registrerats jämnt av finländare i alla åldrar. Personer som loggat in på Yle-kontot använder ungefär tre gånger mer tid på Yle Arenan än personer som inte har loggat in. Många av de inloggade är trogna användare av Yles utbud, men även mer sporadiska användare hittar lättare intressant innehåll som inloggade. Inloggade användare lyssnar också mer på audio.

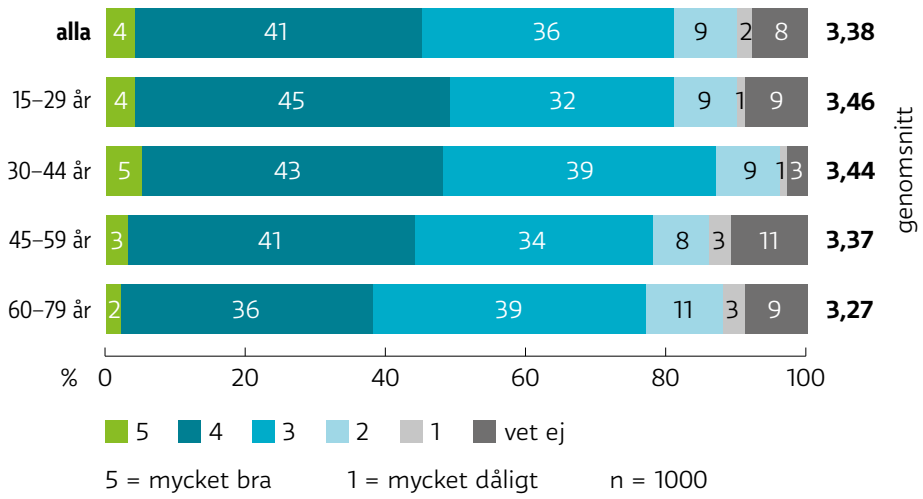
4.3 UPPFÖLJNING AV PUBLIKRESPONS OCH INTERAKTION MED INTRESSEGRUPPER

4.3

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

Yle lanserade 2019 en ny kundtjänst på webben där användarna hittar svar på

Hur väl har Yle lyckats i interaktionen med finländarna 2019



Källa: Hur värdefullt är Yle för finländarna 2019, IRO Research Oy

de vanligaste frågorna om Yle och därifrån responsen vid behov omedelbart vidarebefordras till rätt person. Kundtjänsten utvecklas fortsättningsvis under 2020.

Yle får via olika kommunikationskanaler cirka 40 000 meddelanden per vecka av medborgarna, med andra ord över 2 miljoner meddelanden per år. Endast en bråkdel av responsen statistikförs eftersom största delen av kontakterna – cirka 90 procent – sker via sociala medier. Respons sänds också direkt till medarbetarna.

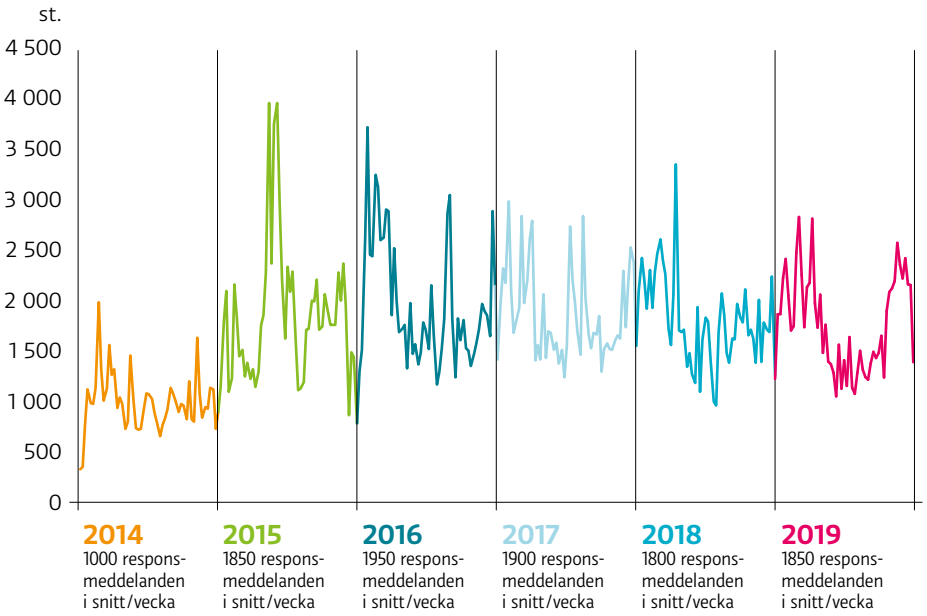
År 2019 statistikfördes cirka 134 000 kontakter vid Yle, vilket var något mindre än året innan. Kontakt togs per telefon, e-post eller på webben.

Största delen av den statistikförda responsen gällde Yles innehåll och Yle Arenan. Yle får också en mängd önskemål om och förslag till program – år 2019 var de nästan 77 000 till antalet. Även responsen gällande Yle-kontot ökade betydligt under året. Svenska Yle fick cirka 2 300 responsmeddelanden från svenskspråkiga, vilket var klart mindre än året innan.

Däremot ökade mängden teknisk respons om sändningarna i radio, tv och på Yle Arenan med cirka två procent jämfört med föregående år. Största delen av responsen gällde störningar i Yles webbtjänster eller problem med ljudet eller textningen.

Yle för publikdialog även på många andra sätt, bland annat i samband med programproduktion. Åsikter som Yle samlar in genom undersökningar, medborgardiskussioner, användarpaneler och intervjuer integreras i bolagets utveck-

Antal responsmeddelanden* per vecka 2014–2019



*Respons som kommit till program- och Arenaresponsen
Källa: Salesforce, Digital kundupplevelse, Yle

lingsarbete och innehållsplanering.

Yle har sedan 2017 en chef för publikdialog vars uppgift är att främja transparent journalistik och stärka interaktionen mellan publiken och Yle. Chefen för publikdialog samarbetar med de ansvariga redaktörerna och arbetar i par med chefen för journalistisk standard och etik.

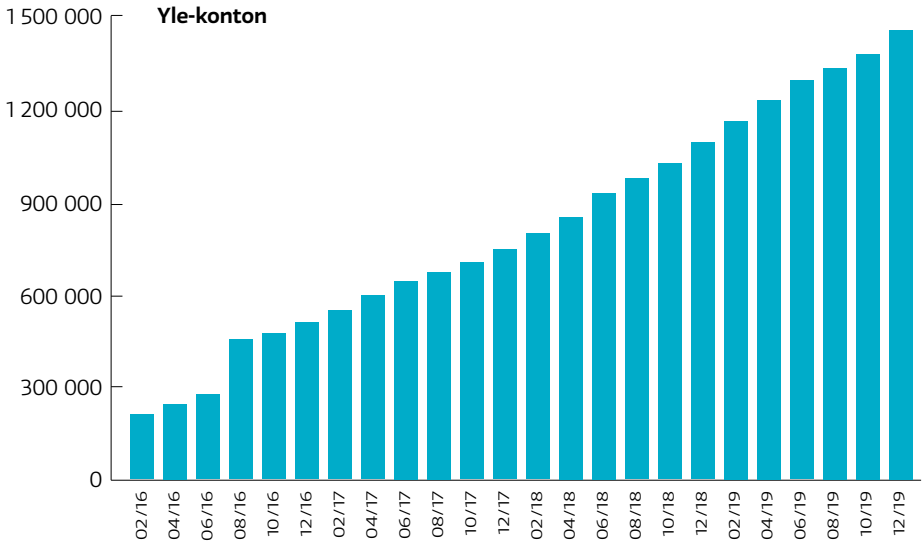
Chefen för publikdialog lyssnar på medborgarna och diskuterar om verksamhetsprinciperna inom ansvarskännande medier. År 2019 var han bland annat programvärd för tre frågekvällar om Yle *(Kysy Ylestä)* i Yle Radio Suomi och på Yle Arenan.

Chefen för publikdialog sammanställer rapporter utgående från publikresponsen och hjälper redaktionerna att hitta den bästa praxisen för publikdialog. Förvaltningsrådet och styrelsen får rapporter om publikresponsen två till tre gånger om året.

Yle har också skapat nya rutiner för publikdialog såväl under direktsändningar och evenemang som i direkta diskussioner med finländare. Under 2019 tog Yle bland annat i bruk den nya livefeed-servicen genom vilken publiken kan interagera både med programskaparna och sinsemellan, samt delta i omröstningar. Den användes bland annat i serien *Docventures* och *Fest på slottet*.

Yle lanserade också projektet *Kutsu Yle kahville / Kaffe med Yle* i syfte att öka interaktionen mellan Yle och finländarna och fördjupa kundförståelsen i bolaget. 2019 engagerade projektet 350 personer från Yle och 1 500 finländare som berättade om sina önskemål och tankar om Yle.

Yle-kontots utveckling 2016–2019



Källa: Yles datamoln, Smart data och kundinsikt, Yle

Yles verksamhet: utveckling och principer

5

- **Yle fortsätter att satsa på att locka den unga publiken.**
- **Yle gjorde nya lanseringar i samarbete med andra medier.**
- **Yle svarar på framtidsutmaningar genom att utveckla kompetensen, arbetskulturen och tekniken.**

5.1 UTVECKLING AV VERKSAMHETEN

5.1

År 2020 kommer Yle att fortsätta satsa på nya innehåll och på webb- och mobiltjänster. Bolaget vill med kontinuerliga och systematiska utvecklingsinsatser säkerställa att det kvalitativa och mångsidiga innehållet fortsättningsvis fångar befolkningens intresse i det ständigt ökande medieutbudet. I enlighet med principerna för public service vill Yle de närmaste åren leverera mångsidigt mervärde för samhället samt upprätthålla och stärka finländarnas engagemang för Yle.

Yle fortsätter att arbeta för att locka den unga publiken, speciellt 15–29-åringar, till public service-utbudet och för att stärka sin närvaro bland finländarna. Till bolagets strategiska fokusområden hör också att öka förståelsen och dialogen i samhället samt att ge mer individanpassad service. I bakgrunden satsar Yle stort på kompetensutveckling, företagskultur och -ansvar med ambitionen att stärka sitt varumärke för att profilera public servicen i det ökande medieutbudet.

Yle har starka band till sin publik, vilket ger bolaget goda förutsättningar att utveckla verksamheten. De snabba förändringarna i mediemiljön och den allt mer diversifierade mediekonsumtionen utgör en tilltagande utmaning för bolaget. När det gäller utvecklingen av digitala tjänster måste Yle – precis som det övriga mediefältet – konkurrera med globala aktörer och deras överlägsna resurser.

Bolaget bygger upp datakompetens som stöd för innehåll och produktioner och fortsätter utvecklingsarbetet inom testning av nya teknologiska lösningar. Genom teknologivisionen som arbetades fram 2019 vill bolaget bland annat bedöma de satsningar och kompetenser som behövs för den teknologiska utvecklingen.

Ur enheten Produktioner bildades enheten Teknologi och utveckling i samband med omorganisationen i oktober 2019. Yles mål är att på detta sätt stärka ledningen av den tekniska utvecklingen och innovativ utveckling för framtiden.

I början av 2019 inrättades ett nytt team för webbutvecklare som ska stärka bolagets programutveckling och expertis inom dataanalys samt minska beroendet av teknologileverantörer.

Under året deltog Yle med sina sam-

Yle fortsatte samarbetet med andra mediebolag. Nattjouren för Yle Uutiset och webbmodereringen överfördes till STT.
Bild: Ilmari Fabritius / Yle

arbetspartners i flera experiment med ny teknik, såsom artificiell intelligens, robotik och 5g, för att få lärdomar och generera mervärde för utveckling av verksamheten de närmaste åren.

Yle fortsatte fastighetsutvecklingen i Böle som planerat. Genom att se över lokalerna kan bolaget effektivera lokalanvändningen betydligt och frigöra resurser för annan verksamhet. Ombyggnaden av Yle-centret i Böle kommer enligt tidsplanen att slutföras 2022.

5.2 5.2 PARTNERSKAP OCH SAMARBETE MED ÖVRIGA MEDIER

Yle utvecklar sin verksamhet genom olika slags partnerskap inom såväl utvecklingen av utbudet som distributionen och teknologin. Bolaget bedriver också ett nära samarbete med läroanstalter, högskolor och organisationer.

Yle har ett stort och välfungerande inhemskt samarbetsnätverk med andra medieföretag, den kreativa sektorn, teknologiföretag samt olika organisationer. Yle och de övriga nordiska public service-bolagen har de senaste åren också ökat samarbetet bland annat inom drama och köp av visningsrättigheter.

Målet med samarbetet är att stärka förutsättningarna för den inhemska innehållsproduktionen, utveckla kompetensen och främja den teknologiska utvecklingen inom mediebranschen. Samarbetet bygger på Ylelagen enligt vilken bolaget genom sin verksamhet ska främja yttrandefriheten, högklassig journalistik och mångfald inom medierna.

Samarbete med kommersiella medier

Förhandlingarna om samarbete med kommersiella medier fortsatte i linje med den parlamentariska arbetsgruppens rekommendationer och Ylelagen. Yle fortsatte det redan etablerade samarbetet med andra mediebolag och inledde nya samarbetsförsök.

Yles finska nyhets- och aktualitetsverksamhet och STT avtalade om ett närmare samarbete som fortsättning på det tidigare avtalet. STT övertog nattjouren för Yle Uutiset i december 2019 och webbmodereringen av diskussionerna i nyhetsartiklar i början av 2020. STT får också tillgång till den automatiserade nyhetsbevakningen från Yles nyhetsrobot Voitto.

Samarbetet med övriga medier fortsatte i samband med valen. Yle förnyade sin valkompass för valen våren 2019 och den kunde av tekniska orsaker inte göras tillgänglig för andra medier. Detta samarbete kommer att återupptas vid kommunalvalet 2021.

Valvakan vid riksdagsvalet ordnades i samarbete med riksdagen och de övriga medierna. Även ute i regionerna ordnades flera tillställningar som ett samarbete mellan kommersiella medier och Yles regionala redaktioner. Exempelvis i Jyväskylä ordnade Yle och tidningen Keskisuomalainen en gemensam valdebatt vid Europaparlamentsvalet som strömmades till de bägge bolagen. Gemensamma kandidatdebatter ordnades också i Tavastehus, Lahtis, Björneborg och Tammerfors.

Olika evenemang visade sig också vara ett välfungerande verktyg för regionalt samarbete. I Jyväskylä ordnades på Mellersta Finlands dag 18 april ett gemensamt evenemang om mattraditioner, som även strömmades. I Lahtis ordnade Yle och tidningen Etelä-Suomen Sanomat en gemensam mediekväll för unga.

Journalistiskt samarbete, till exempel gemensamma innehållshelheter, gjordes bland annat med tidningarna Lapin Kansa och Satakunnan Kansa.

Yle har också förhandlat om möjligheter att samarbete med lokaltidningar som är intresserade av bland annat användning av Yles öppna arkiv, utbildning och arbetsrotation. Ett försök med arbetsrotation genomfördes i Tammerfors med Radio Sun. Användning av Yles regionala

nyhetsflöde ska pilottestas på webbplatsen för lokaltidningen Ylä-Satakunta som utkommer i Parkano.

Inom sporten hade Yle samarbete inom nyhetsanskaffning och nyhetsutbyte med bland annat NENT Group, MTV Media och Telia.

Yle Sápmi deltog i projektet Eyes on Barents som leddes av webbtidningen Barents Observer i Norge. I projektet ingick nyhetsutbyte mellan webbaktörer i Norge, Sverige och Ryssland fram till mars 2019.

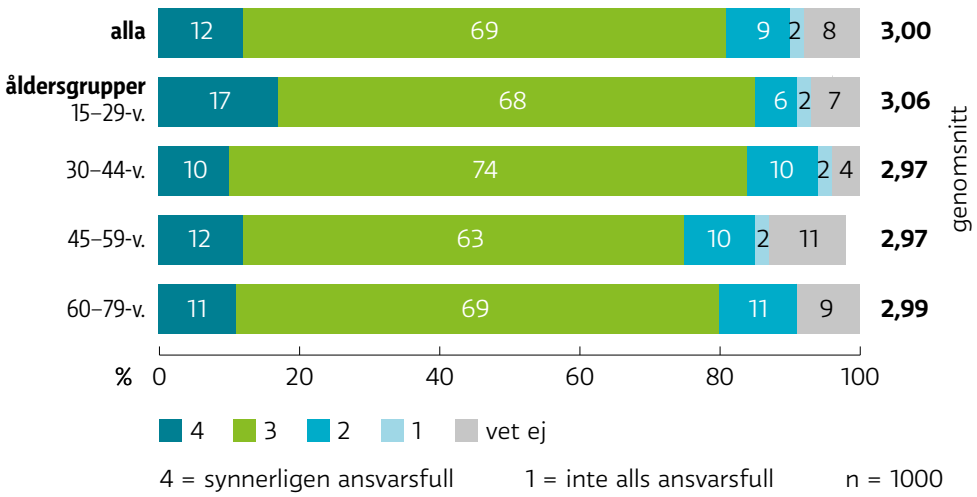
Svenska Yle bearbetade samarbetsformer som visat sig vara lyckade och fortsatte planeringen av nya samarbetspiloter. Svenska Yle har bland annat deltagit i lanseringen av ett nytt samarbete inom lärande med KSF Media. Ett pilotprojekt inom samarbetet inleds våren 2020. Svensk Presstjänst ordnade i januari 2019 seminariet Mediespråk, där Svenska Yle var en aktiv medarrangör. Yle köper också svensk mediespråkvård av Svensk Presstjänst. Svenska Yle har också varit en aktiv köpare och samarbetspartner i flera produktioner och koncept, som bland annat *Stafettkarnevalen*.

Yle samarbetar också med andra parter för att höja profilen för audio i Finland. Samarbetet omfattade fortsatt utveckling av den gemensamma radiotjänsten Radiot.fi bland annat genom att förnya webbtjänster och appar. Tjänsten innehåller över 100 radiokanaler och urvalet breddades med poddar.

Yle har i flera år samarbetat med de kommersiella mediebolagen i intresseföretaget Media Metrics Finland (MMF) kring metoder för mätning av medieanvändning. Detta samarbete fortgick. MMF består förutom Yle av Alma Media, MTV och Sanoma Media Finland.

Det år 2018 påbörjade projektet för framtagning av ett gemensamt, riksomfattande medie-id tog ett steg närmare genomförande. Med den så kallade Medienyckeln ska användaren kunna logga in på olika medietjänster med en kod. De slutliga besluten ska fattas före sommaren 2020.

Yle som ansvarsfull aktör 2019



Källa: Hur värdefullt är Yle för finländarna 2019, IRO Research Oy

5.3

5.3. SAMHÄLLSANSVAR I YLES VERKSAMHET

Yle axlar ett omfattande samhällsansvar genom sitt public service-uppdrag. Yles samhällsansvar bedöms med tanke på ekonomisk, social och ekologisk hållbarhet. Yles företagsansvar omfattar bland annat ändamålsenlig användning av anslaget från Yleskatten, bolagets sysselsättande roll inom den kreativa sektorn samt främjande av ansvarsrelaterade verksamhetsformer i det dagliga arbetet.

Yles styrelse antog bolagets ansvarsprinciper i mars 2019.

Yle har förbundit sig att iaktta etiska riktlinjer i sin verksamhet och kräver detsamma av sina samarbetspartner. Yle har infört etiska riktlinjer (Code of conduct) för hela bolaget medan det redaktionella arbetet styrs av Yles etiska regler för program- och innehållsproduktion (EPI-regler). Yle iakttar i sin verksamhet Journalistreglerna som utarbetats av Opinionsnämnden för massmedier. Yles compliance-program ska säkerställa efterlevnaden av lagar, normer och etiska riktlinjer inom bolaget. Yles verksamhetsprinciper återfinns på bolagets webbplats på svenska.yle.fi/verksamhetsprinciper.

Yle har en ”etisk kanal”; en rapporteringskanal genom vilken medarbetarna vid behov kan anmäla om uppdagade eller misstänkta fall av oegentligheter. Mycket få anmälningar har gjorts via kanalen.

Yles samhällsansvar behandlas mer ingående på svenska.yle.fi/arsberattelser. Mer information om compliance-verksamheten och de etiska principerna finns också i rapporten om Yles förvaltnings- och styrsystem.

Yle fortsatte utvecklingen av lednings- och arbetskulturen med gedigen medverkan från medarbetarna. Ett synligt resultat är bland annat ett gemensamt pussel.
Bild: Ilmari Fabritius / Yle

5.4 OBEROENDE OCH VERKSAMHETSPRINCIPER

Yles utgivning och innehållsproduktion baserar sig på Yles värderingar, oberoende ställning, tillförlitlighet, respekt för människan samt på de etiska principerna inom branschen. De ansvariga redaktörerna leder och övervakar det redaktionella arbetet. 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 utvecklingen av de journalistiska processerna. Chefen för journalistisk standard och etik, chefen för medieregleringen samt bolagets juridiska avdelning bistår dem vid behov i frågor som gäller ansvarsfull verksamhet. Bolaget ordnar regelbundet utbildning och rådgivning om lagstiftning och riktlinjer med relevans för utgivningsverksamheten samt om etiska frågor.

De ansvariga redaktörerna fattar i sista hand beslut om utgivningen av innehåll.

På sina möten diskuterar de ansvariga redaktörerna regelbundet gärningar som kan äventyra bolagets oavhängighet. De ansvariga redaktörerna genomförde hösten 2019 en omfattande intern förfrågan bland medarbetare som jobbar med innehållsarbete. Fokus i förfrågan var medarbetarnas upplevelser av extern påtryckning och trakasserier. Enligt resultaten av förfrågan har mängden verbal påtryckning (”hatretorik”) mot journalister ökat. Kvinnor och män utsätts lika mycket för hatretorik, men attackerna mot kvinnor fokuserar uttryckligen på kön och har sexuella undertoner.

Bolaget har etiska riktlinjer för hela bolaget samt särskilda etiska regler för program- och innehållsproduktion (EPI-regler) som gäller det redaktionella arbetet och utgivningen av innehåll. Utbildning om de etiska riktlinjerna ordnas regelbundet. Dessutom erbjuder Yle en nätkurs om etiska frågor. Etikchefen och chefen för medieregleringen bistår redaktionerna i dessa frågor.

År 2019 preciserade de ansvariga redaktörerna anvisningarna för kommentarer till Yles webbinnehåll, användningen av marknadsföringsnamn i Yles verksamhet, bolagets anvisningar för sociala medier, principerna om börsetik vid innehållsproduktion samt principerna gällande länkning av Yles material på sociala medier. Dessutom preciserades Yles etiska regler för program- och innehållsproduktion enligt högsta domstolens tolkning av barns rättigheter.

Yle och Opinionsnämnden för massmedier

Yles innehållsproduktion, journalistik och utgivning är förankrade i den ansvarsmedvetna mediebranschens etiska riktlinjer, Journalistreglerna och Yles egna etiska regler samt 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.

År 2019 fattade ONM sju beslut som gällde Yle. I fem fall var beslutet friande. Yle fälldes i två fall. Det ena gällde ett väsentligt faktafel i ett inlägg och det andra finkänsligt bemötande av ett brottsoffer, respekt för människovärdet och befogenhet att fatta journalistiska beslut.

5.5

5.5 PERSONALENS UTVECKLING

Antal anställda och anställningar

Vid utgången av året bestod personalen vid Yle av 2 847 fast anställda personer med månadslön, vilket var en ökning med 36 personer jämfört med personalstyrkan vid utgången av 2018. Alla anställningar utgjorde i genomsnitt totalt 3 304 årsverken, vilket var 4,7 färre än året innan.

Omorganiseringarna i bolaget medförde ändringar i uppgifterna och interna flyttningar, speciellt bland cheferna. Ändringarna påverkade inte bolagets totala personalstyrka.

Kompetensutveckling och arbetshälsa

Yle fortsatte en medveten utveckling av lednings- och arbetskulturen. Som hörnstenar i arbetskulturen fastställdes mod, kreativitet, samverkan, respekt och betydelsefullt arbete. För att stärka arbetskulturen etablerades ett nätverk av kulturhackare, som ledde och bistod över 500 Yle-medarbetare i diskussioner om de arbetskulturteman som anknyter till strategiprocessen.

Enligt personalenkäter var arbetstrivseln relativt god i bolaget. I den årliga enkäten En bra dag på jobbet fick Yle helhetsbetyget 3,7 på skalan 1–5, vilket var detsamma som året innan. Under året genomfördes också ett antal mindre omfattande enkäter. Enligt enkäterna är medarbetarna för det mesta mycket nöjda med sin närmaste chef och förtroendet för ledningen fortsatte att öka.

Öppna diskussioner om bolaget fördes under verkställande direktör Merja Ylä-Anttilas morgonkaffestunder i vilka 260 medarbetare deltog under året.

Journalistakademin, som stödjer journalisters utbildning, ordnade kurser i bland annat informationssökning, nya former för berättande och växelverkan mellan finländare och journalister. Den finska nyhets- och aktualitetsredaktionen i Böle införde BBC:s 50:50-modell för mer balanserad könsrepresentation i innehållet. Delar av Svenska Yle började också tillämpa modellen i början av 2019.

På hösten lanserades en ny e-lärmiljö för medarbetarna. Journalistakademin publicerade nya webbkurser i journalistik och inledde arbetsrotation i grävande journalistik vid de redaktioner som specialiserat sig på grävjournalistik.

Yle främjar också nya, smidiga arbetssätt inom bolaget och i samarbete med andra företag, bland annat genom att ordna coachning och workshopar. Bland annat deltog hundra medarbetare från Yle och Finnair i coachningen *Agile Culture for the Change Leaders* som bygger på Yles koncept.

År 2019 konkurrensutsatte Yle företagshälsovården, vars mål är att stödja bolagets anställda då de behöver vård samt upprätthålla personalens arbetsförmåga. Den nya serviceleverantören Mehiläinen inledde sin verksamhet i början av 2020. Cheferna följer regelbundet med personalens arbetshälsa.

Jämställdhet och jämlikhet

Yle har under en lång tid bedrivit ett aktivt jämställdhetsarbete, och jämlikheten mellan könen förverkligas tämligen bra inom bolaget. Av de fast anställda utgör kvinnorna exakt hälften. En del av de mindre yrkesgrupperna är dock fortfarande kvinno- eller mansdominerade. Bland till exempel personalen med teknisk utbildning inom branschen är männen fortfarande dominerande. Justeringen av jämlikheten bland de kvinnodominerade administrativa uppgifterna sker långsamt eftersom personalomsättningen är ringa.

Inom ramen för programarbetarnas kollektivavtal, under vilket två tredjedelar av Yles medarbetare jobbar, var kvinnornas medellön år 2019 99,9 procent av männens medellön. Motsvarande procent gällande hela personalen var 97,7.

Yles ambition är att främja mångfal-

den inom personalstyrkan genom att rekrytera medarbetare med olika bakgrund. Varje år har Yle minst femton praktikanter från specialgrupper, bland annat personer med funktionsnedsättningar eller invandrarbakgrund.

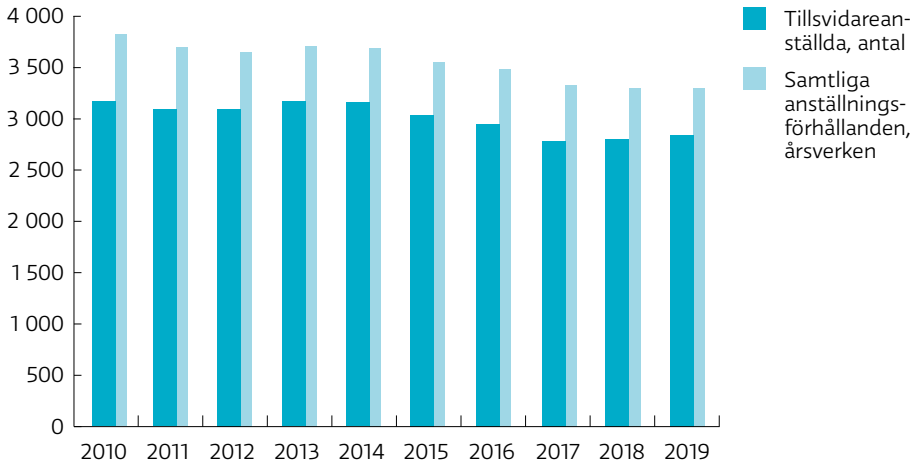
Yle har nolltolerans mot diskriminering, mobbning och annat osakligt bemötande på arbetsplatsen. Modellerna för att förebygga och hantera problem sågs över och preciserades under 2019.

Premiering

När det gäller premiering följer Yle i alla avseenden den statliga ägarens direktiv. Styrelsen tillsätter ett utnämningsutskott som bereder premieringsärenden för styrelsen som godkänner målen och utfallet. Premieringen bygger på öppenhet, rimlighet och goda resultat. Syftet med premieringen är att främja att bolagets strategiska mål uppnås.

År 2019 betalades totalt 1 343 725 euro i premier, varav 155 326 euro betalades till verkställande direktören och den övriga ledningsgruppen och 1 188 398 euro till chefer och experter som omfattas av styrkortet. Till den övriga personalen betalades premier för goda prestationer till ett totalbelopp på 1 029 588 euro. Premiernas andel var 1,3 procent av den totala lönesumman i bolaget.

Yles personalutveckling 2010–2019



Yles finansiering, kostnadsstruktur och förvaltning

6

- **Yle behöll ekonomin i balans.**
- **Yles totala intäkter uppgick till 480,6 miljoner euro. Anslaget från Yleskatten utgjorde 98,2 procent av intäkterna.**
- **Yle använde 374,5 miljoner euro på innehåll och tjänster.**

6.1 YLES FINANSIERING OCH INTÄKTER

6.1

Yle behöll ekonomin i balans även år 2019. Räkenskapsperiodens vinst var 6,0 miljoner euro. Förlusten under föregående år uppgick till 5,5 miljoner euro. Enligt förvaltningsrådets riktlinjer ska variationerna i resultatet från år till år jämna ut varandra. Variationen uppstår främst till följd av regelbundet återkommande stora idrottsevenemang vartannat år.

Yles omsättning var 478,0 miljoner euro, vilket var en ökning med 1,3 procent jämfört med året innan. I enlighet med lagen om statens televisions- och radiofond överfördes 519,1 miljoner euro från statsbudgeten till fonden. På detta anslag som baserar sig på Yleskatten redovisade bolaget mervärdesskatt till staten enligt skattesatsen 10 procent, totalt 47,2 miljoner euro. Nettointäkterna uppgick till 471,9 miljoner euro, vilket var en ökning med 2,2 procent jämfört med året innan. Anslaget anvisas till Yle på basis av användningsplanen och finansieringsbehovet.

Intäkterna totalt uppgick till 480,6 miljoner euro, varav anslaget på basis av Yleskatten utgjorde 98,2 procent (2018: 97,3). De övriga intäkterna bestod huvudsakligen av intäkter från försäljning av program och tjänster.

6.2 UTVECKLING AV KOSTNADSSTRUKTUREN SAMT KOSTNADER

6.2

Yles kostnader och avskrivningar var sammanlagt 474,5 miljoner euro (2018: 481,8).

Personalkostnaderna uppgick till 222,3 miljoner euro (225,2) och motsvarade 46,8 procent (46,7) av samtliga kostnader. Personalkostnaderna minskade med 1,3 procent jämfört med året innan. Förändringen berodde på minskade pensionskostnader och lönebikostnader. Mängden löner och arvoden ökade med 1,1 procent och uppgick till 182,9 miljoner euro (180,9). Pensionskostnaderna

Åtkomsten till Yle Arenan utomlands blev bättre när Yle införde förordningen om dataportabilitet. Därmed kan både personer som reser inom EU och personer som är fast bosatta i Finland ta del av innehållet på Yle Arenan på alla plattformar då de har ett Yle-konto.

Finansiella nyckeltal

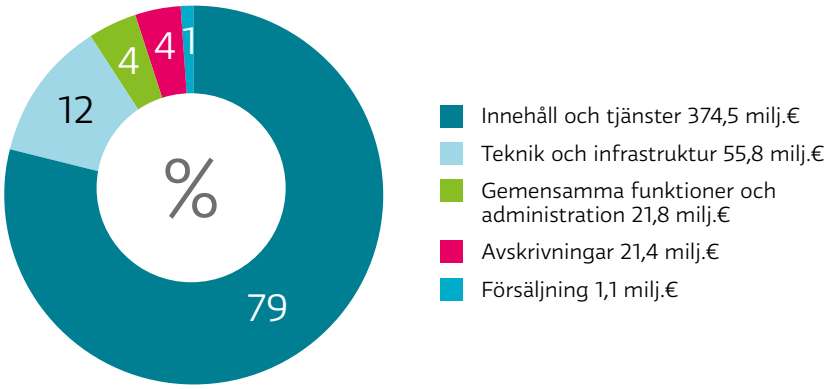
	2019	2018	2017	2016	2015
VERKSAMHETENS OMFATTNING (mn €/%)					
Omsättning	478,0	471,6	472,3	470,9	467,8
förändrings-%	1,3	-0,1	0,3	0,7	-1,1
Övriga rörelseintäkter	2,7	2,7	2,7	2,3	4,2
förändrings-%	-1,6	-0,4	18,2	-45,9	63,1
Kostnader och avskrivningar	474,5	481,8	467,9	476,1	468,5
förändrings-%	-1,5	3,0	-1,7	1,6	-2,4
Balansomslutning	308,7	315,4	296,4	286,1	290,5
Bruttoinvesteringar, materiella och immateriella tillgångar *	20,7	17,7	19,8	25,6	21,7
% av omsättningen	4,3	3,7	4,2	5,4	4,6
LÖNSAMHET (mn €/%)					
Driftsbidrag	78,5	69,3	83,4	74,2	76,0
% av omsättningen	16,4	14,7	17,7	15,8	16,2
Rörelsevinst/-förlust	6,1	-7,5	7,0	-2,9	3,6
% av omsättningen	1,3	-1,6	1,5	-0,6	0,8
Räkenskapsperiodens vinst/förlust	6,0	-5,5	6,9	-2,9	1,3
% av omsättningen	1,3	-1,2	1,5	-0,6	0,3
FINANSIERING OCH EKONOMISK STÄLLNING					
Quick ratio	0,3	0,4	0,5	0,4	0,3
Soliditet %	43,8	41,0	45,5	44,7	45,0
Räntebärande främmande kapital (mn €)	61,2	48,8	41,2	50,2	55,9
PERSONAL					
Medelantal årsverken (åv)					
under året **	3 304	3 309	3 333	3 490	3 555
Löner (mn €)	171,4	167,8	166,6	171,5	173,3
Arvoden (mn €)	11,6	13,1	12,3	12,1	11,9
Löner och arvoden sammanlagt (mn €)	182,9	180,9	178,9	183,7	185,2

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

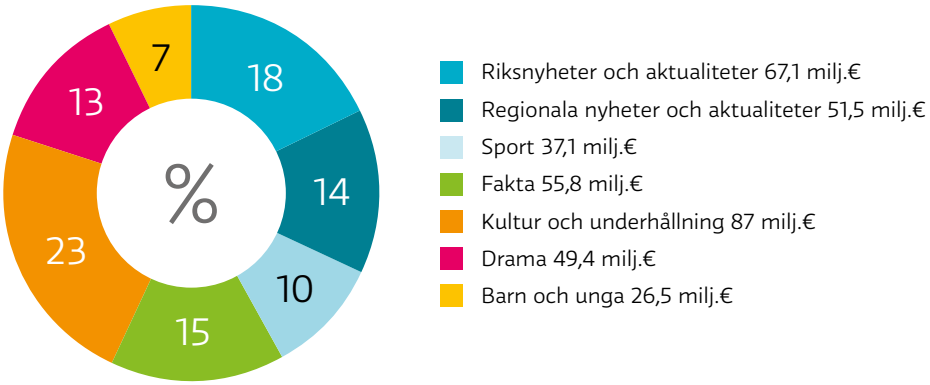
$$\text{Soliditet} = \frac{\text{Eget kapital}}{\text{Balansomslutning}} \times 100$$

* Exklusive anskaffning av visningsrätter.
** Inklusive tillsvidareanställningar, visstidsanställningar samt anställningar som är timavlönade eller prestationsbaserade.

Yles kostnadsstruktur 2019, 474,5 miljoner euro



Innehåll och tjänster 2019, totalt 374,5 miljoner euro



var 33,9 miljoner euro (38,0) och övriga lönebikostnader 5,4 miljoner euro (6,3).

Avskrivningar och nedskrivningar utgjorde sammanlagt 72,4 miljoner euro (76,8), vilket var 5,7 procent mindre än året innan. Avskrivningarna på visningsrätter var 51,0 miljoner euro (53,5), varav 29,6 miljoner euro hänförde sig till inhemska visningsrätter och 21,4 miljoner euro till utländska visningsrätter och visningsrätter för sport. Övriga avskrivningar och nedskrivningar utgjorde sammanlagt 21,4 miljoner euro (23,3).

De övriga rörelsekostnaderna var oförändrade och uppgick till totalt 179,8 miljoner euro (179,8).

I övriga rörelsekostnader ingick upphovsrättsersättningar för musik och radio, upphovsrättshonorar, reprisersättningar och andra ersättningar för rättigheter gällande program för sammanlagt 34,4 miljoner euro (33,8). Yle anskaffade andra tjänster för programverksamheten till ett värde på 20,7 miljoner euro (22,3).

I övriga rörelsekostnader ingick teknologikostnader för 45,2 miljoner euro (43,8), distributionskostnader för 25,6 miljoner euro (25,8) samt kostnader för hyror och fastigheter för 22,1 miljoner euro (23,0).

Investeringar i annat än visningsrätter uppgick till 20,7 miljoner euro och driftskostnaderna i anslutning till dem var 19,2 miljoner euro. De största utvecklingsprojekten gällde fastighetsutveckling, radioenheternas förnyelseprojekt Radiostigen och nyheternas nya image. Satsningar gjordes också i utvecklingen av webbtjänsterna.

6.3

6.3. KOSTNADER PER INNEHÅLLSSEGMENT

År 2019 härrörde största delen av kostnaderna från riksomfattande regionala nyheter och aktualiteter samt från kulturinnehåll och underhållning. Sportens andel av kostnaderna minskade, eftersom 2019 var ett mellanår för internationella storevenemang.

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

Samarbetet med olika aktörer och inköpen från partner inom innehållsproduktion skapar arbetstillfällen för tusentals proffs varje år. År 2019 betalade Yle bland annat frilansarvoden utifrån kollektivavtal till 4 300 personer till ett belopp på 14 miljoner euro.

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

6.4 YLES FÖRVALTNING OCH ORGANISATION

Förvaltningsrådet

Yles högsta beslutande organ är förvaltningsrådet, som har 21 medlemmar. Riksdagen väljer medlemmarna i förvaltningsrådet under valperiodens första riksmöte. Till medlemmar i förvaltningsrådet ska väljas personer som är förtrogna med vetenskap, konst, kulturarbete samt näringslivet och ekonomiska frågor, samt personer som företräder olika samhälls- och språkgrupper. Utöver de medlemmar som riksdagen har 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 lämna till riksdagen en berättelse 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.

Bilagor

FÖRVALTNINGSRÅDETS OCH STYRELSENS BESULT SAMT MEDLEMMAR 2019

Förvaltningsrådet

12.3.2019
- Inga beslutsärenden

2.4.2019
- Förvaltningsrådets redogörelse till riksdagen om Yles verksamhet 2018
- Yles verksamhetsberättelse och bokslut 2018
- Förvaltningsrådets utlåtande om bokslutet till den ordinarie bolagsstämman

17.9.2019
- Konstituerande möte för det nya förvaltningsrådet. Val av ordförande, vice ordförande och medlemmarna i arbetsutskottet.
- Beredning av valet av förvaltningsrådets medlem i styrelsen

15.10.2019
- Inga beslutsärenden

26.11.2019
- Ändringar i Yles förvaltningsmodell
- Justering av arbetsordningarna för Yles förvaltningsråd och arbetsutskottet
- Val av experter som ska bistå förvaltningsrådet i ett ärende om förhandsprövning enligt Lagen om Rundradion Ab

10.12.2019
- Yles styrelsemedlemmar och deras arvoden 2020
- Utredning och utlåtande till justitiekanslersämbetet gällande översättningstextningen i nyheterna

Styrelsen

23.1.2019
- Organisering av utskotten
- Uppföljning av utfallet för de strategiska målen

11.2.2019
- Förhandlingsbefogenheter för visningsrätter för sport

13.3.2019
- Yles verksamhetsberättelse och bokslut 2018
- Rapport om förvaltnings- och styrsystemet 2018
- Samhällsansvarsrapport 2018
- Yles verksamhetsprinciper
- Sammankallande av bolagsstämma
- Val av revisorer och framställan till bolagsstämman
- Styrkortsutfall 2018

17.4.2019
- Förhandlingsbefogenheter för visningsrätter för sport
- Rundradion Ab:s redogörelse till Transport- och kommunikationsverket 2018

22.5.2019
- Inga beslutsärenden

19.6.2019
- Eija Hakakari utnämndes till personaldirektör
- Yles strategiska tyngdpunktsområden år 2020
- Val av företagshälsovårdsleverantör

8.8.2019
- Förhandlingsbefogenheter för visningsrätter för sport

22.8.2019
- Förhandlings- och avtalsbefogenheter för fortsättning på serien *Mumindalen*

19.9.2019
- Panu Pokkinen utnämndes till direktör och ansvarig redaktör för enheten Sport och evenemang
- De ansvariga redaktörernas ansvarsområden
- Arbetsgivarens representanter i Rundradions pensionsstiftelses styrelse
- Målen för och beredning av följande strategirunda

17.10.2019
- Höjning av kreditlimiter
- Offert om distributionen av Yles broadcastkanaler 2020–2029
- Riktlinjerna för premiering och totalkonceptet för resultatpremiering 2020

20.11.2019
- Verksamhetsplan och budget 2020
- Avsägning av arrenderätten till två tomter som ägs av Rundradions pensionsstiftelse

18.12.2019
- Avtal med Gramex 2020–2021
- Ändring av principerna för avtalsverksamhet
- Lönehöjningar utanför kollektivavtalen
- Precisering av resultatpremieringen 2020 och direktörernas styrkortsmål 2020

MEDLEMMARNA I FÖRVALTNINGSRÅDET OCH STYRELSEN 2019

Förvaltningsrådet

Medlemmar 1.1–17.6.2019
Kimmo Kivelä, ordförande (Blå)
Arto Satonen, vice ordförande (Saml)
Mikko Alatalo (C)
Sirkka-Liisa Anttila (C)
Maarit Feldt-Ranta (SDP)
Olli Immonen (Sannf)
Ilkka Kantola (SDP)
Jyrki Kasvi (Gröna)
Jukka Kopra (Saml)
Hanna Kosonen (C)
Suna Kymäläinen (SDP)
Eero Lehti (Saml)
Lea Mäkipää (Blå)
Mikaela Nylander (SFP)
Markku Pakkanen (C)
Jaana Pelkonen (Saml)
Jari Ronkainen (Sannf)
Matti Semi (VF)
Maria Tolppanen (SDP)
Ari Torniainen (C)
Eerikki Viljanen (C)

Personalrepresentanter
Hilla Blomberg
Jukka Kuusinen

Medlemmar 18.6–31.12.2019
Arto Satonen, ordförande (Saml)
Ari Torniainen, vice ordförande (C)
Marko Asell, från 8.10 (SDP)
Markku Eestilä (Saml)
Maria Guzenina (SDP)
Saara Hyrkkö (Gröna)
Olli Immonen (Sannf)
Mika Kari, till 4.10 (SDP)
Pihla Keto-Huovinen, från 19.11 (Saml)
Anneli Kiljunen (SDP)
Esko Kiviranta (C)
Antti Kurvinen (C)
Suna Kymäläinen (SDP)
Leena Meri (Sannf)
Mikaela Nylander (SFP)
Jaana Pelkonen, till 12.11 (Saml)
Jenni Pitko (Gröna)
Jari Ronkainen (Sannf)
Päivi Räsänen (KD)
Matti Semi (VF)
Kari Tolvanen (Saml)
Jussi Wihonen (Sannf)
Johannes Yrttiaho (VF)

Personalrepresentanter
Pirjo Auvinen
Risto Mattila

Styrelsen

Thomas Wilhelmsson, ordförande
Katri Viippola, vice styrelseordförande
Paulina Ahokas
Kai Huotari
Jussi Karinen
Lauri Kontro
Pauliina Mäkelä

Personalrepresentant
Arto Nieminen

SAMETINGETS UTLÅTANDE

SÁMEDIGGI
SÄMITIGGE
SÄÄ'MTE'ĞĞ
SAAMELAISKÄRÄJÄT

Sametingets utlåtande om Rundradions förvaltningsråds berättelse till riksdagen år 2019 beträffande program och tjänster på samiska

Rundradion Ab:s begäran om utlåtande 20 januari 2020.

Sametinget lämnar följande synpunkter på Rundradion Ab förvaltningsråds berättelse beträffande program och tjänster på samiska 2019. Enligt lagen om Rundradion ska Sametinget höras innan berättelsen lämnas. Inom sitt lagstadgade uppdrag ska Yle producera tjänster på samiska. I praktiken fullgörs detta åtagande av den samiska redaktionen i Yle Sápmi. Sametinget noterar att Yle under verksamhetsåret fullgjorde åtagandet även inom annan verksamhet, vilket kan ses som en positiv utveckling.

Sametinget vill påminna om en fråga med större omfattning än verksamhetsåret, nämligen **Yle Sápmis** utmanande administrativa status och samernas obefintliga möjligheter att påverka i Yles förvaltningsorgan. Sametinget har upprepade gånger i sina utlåtanden påtalat Yle Sápmis omfattande uppdrag som inte motsvarar dess fastställda status som regional redaktion. Under flera år har Sametinget också fäst uppmärksamhet vid samernas obefintliga möjligheter att medverka i Yles förvaltningsorgan. Redan år 2003 rekommenderade riksdagens biträdande justitieombudsman i ett avgörande (112/2/01) att samernas representation i Yles förvaltning bör förstärkas för att förbättra samernas status som ursprungsbefolkning. BJO påpekade att det finns flera möjligheter till detta, vilket exempel från Sverige och Norge visar. Sametinget önskar att Yle ska vidta åtgärder för att förbättra både Yle Sápmis ställning inom Yle och samernas möjligheter att mer genomgripande påverka i Yles förvaltningsorgan.

Sametinget har också upprepade gånger påpekat för Yle om sändningstiden för samnordiska ***Oođđasat.*** Enligt berättelsen har det genomsnittliga tittarantalet för den sena kvällssändningen av *Oođđasat* ökat trots det mycket ofördelaktiga och icke fastslagna klockslaget. Enligt Sametinget är en sändningstid vid ett icke fastslaget klockslag vid midnatt en mycket dålig lösning. Korta *Yle Oođđasat,* som har en bättre sändningstid, kan inte kompensera den samnordiska nyhetssändningens betydelse. Samefolket behöver åtgärder som stärker samernas samhörighetskänsla som ett folk. *Oođđasat* är viktig inte bara för samerna utan också för invånarna i Norra Finland för vilka nordiska frågor ofta känns närmare än nyheterna i Södra Finland. Om det inte går att hitta en lämplig sändningstid kunde sändningarna med fördel läggas ut på Yle Arenan. För närvarande läggs sändningen ut först efter att den visats i tv vilket inte gör det möjligt att se sändningen vid ett mänskligare klockslag.

Sametinget föreslog i slutet av 2018 att Rundradion skulle dubba serien ***Mumindalen*** på de samiska språken. Rundradion antog utmaningen och lovade ta hänsyn till alla samiska språk som talas i Finland. Sametinget ser produktionen som genomfördes som en samproduktion, som ett mycket positivt framsteg inom Yles public service-uppdrag. Samarbetet har bidragit till kunnandet inom dubbning på samiska som med fördel kan utnyttjas även i framtiden. Sametinget föreslår att Rundradion tillsammans med barnredaktionen vid Yle Sápmi ska fortsätta detta arbete och bearbeta kvalitativa internationella barnprogram till versioner med samisk dubbning. På grund av de ansträngda ekonomiska resurserna får uppgiften inte åläggas Yle Sápmis samiska redaktion allena. I arbetet borde man dra nytta av

Yles kontakter till internationella distributionsbolag. Dessutom borde Yle avtala om rättigheter till språkversioner på samiska samtidigt med rättigheterna till dubbning till finska.

Det bör också noteras att det för närvarande inte finns någon annan tv-produktion på samiska än **nyheter och barnprogram.** Detta tillfredsställer inte den samiska gemenskapens mediebehov. Sametinget föreslår att Rundradion årligen ska förverkliga en särproduktion för att öka utbudet av innehåll på samiska. Ett gott exempel från verksamhetsåret är minidokumentärserien *Gearddit* som tilltalade i synnerhet unga.

Enligt statistiken i berättelsen har sändningstimmarna för **program på samiska** inte ökat nämnvärt och i vissa fall har sändningstimmarna minskat då reprissändningar har strukits. Yle Sápmi står nästan ensam för hela medieutbudet på samiska i Finland. Även i berättelsen betonas redaktionens viktiga roll i att revitalisera de samiska språken. Mediernas betydelse för revitalisering av språken fastställs också bland annat i *Åtgärdsprogrammet för att stimulera det samiska språket* (2012). I ett senare principbeslut om att stimulera det samiska språket konstateras att en förutsättning för att målen för stimulansprogrammet ska uppnås är att Rundradion som en del av sina public service-uppdrag förbinder sig att stimulera det samiska språket och stödja stimulansåtgärderna i sin programproduktion. I principbeslutet anges inte längre förslag till åtgärder visavi medierna, utan detta förutsätts höra till Rundradions uppdrag. Sametinget vill betona och påminna Yle om detta uppdrag eftersom behovet av att stimulera de samiska språken ingalunda har försvunnit och nya behov uppstår hela tiden. Målet bör vara att utbudet av program på samiska ökar.

Även tidsanvändningen på **webbartiklar** ökade under verksamhetsåret. Det kan ses som en viktig utveckling. Sametinget saknar ändå mer omfattande utveckling av Yle Sápmi. Att iståndsätta de nya lokalerna har självfallet krävt mycket resurser, men nu är det dags att se mer långsiktigt på hur man vill utveckla Yle Sápmi.

Sametinget skulle också önska sig närmare samarbete med Rundradion och föreslår årliga möten med Rundradions ledning.

Tiina Sanila-Aikio
ordförande

Anne Kirste Aikio
språkskyddssekreterare

(Ordföranden godkände utlåtandet 24.2.2020)

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

Strategi/Ekonomi/Kommunikation
Redaktörer: Kirsi Brück och Laura Karvinen

Layout: Mainostoimisto SST Oy
Tryck: Niini & Co Oy 4/2020
ISSSN 1795-0775

yle
Mitt. Ditt. Vårt.