yle

Förvaltningsrådets berättelse till riksdagen om Rundradions verksamhet

2016

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

En förnyelseorienterad 90-åring

FÖRVALTNINGSRÅDETS ORDFÖRANDE

Republikens president P.E. Svinhufvuds radiotal under Mäntsäläupproret, nyhetsbevakningen av mordet på John F. Kennedy, Lasse Viréns fall vid sommar-OS i München eller biskop Eero Huovinens aftonandakt under Estoniakatastrofen. Dessa är händelser som ristats outplånligt i finländarnas minne. Listan på motsvarande stunder som Yle förmedlat till oss kan göras hur lång som helst. Det är ingen överdrift att säga att Yle är en väsentlig del av det finländska själslandskapet.

Yle fortsätter att förmedla, om och för finländarna, från när och fjärran – på traditionella och bekanta kanaler, men också med utnyttjande av den senaste tekniken. Ett public service-rundradiobolag verkar i sin samtid, och avspeglar och avbildar dess mångahanda fenomen och händelser. Till hörnstenarna för Yles verksamhet hör relevans, trovärdighet och sanningsenlighet. Utan dem vore det omöjligt att bygga upp en levande och samverkande publikrelation.

Samtidigt måste bolaget vara lyhört och proaktivt. Framtiden går inte att kontrollera, men det går att förbereda och gardera sig inför den. Förvaltningsrådet drog under verksamhetsåret upp riktlinjer för en tv-kanalreform och inledde förhandsprövning med anledning av reformen. Tidsplanen för övergången till HD slogs också fast. Yle Arenan utvecklas och blir allt mångsidigare och har vunnit sin plats i allt fler finländares dagliga rutiner.

En parlamentarisk arbetsgrupp med riksdagsledamot Arto Satonen som ordförande var verksam under våren 2016. Arbetsgruppen skulle utreda omfattningen av Yles public service-uppdrag, sättet på vilket uppdraget uppfylls och finansieringsnivån, utvärdera Yles ställning och betydelse på den finländska mediemarknaden samt bedöma bolagets betydelse för demokrati, yttrandefrihet och oberoende kommunikation. Arbetsgruppen skulle också utvärdera riksdagens ägarstyrning av Rundradion.

Efter lite startproblem framskred arbetet i gruppen väl och arbetsgruppen kunde enas om de viktigaste principerna. Denna enhällighet säkerställer att bolagets utveckling i framtiden inte flackar hit och dit. Arbetsgruppen föreslog att det av riksdagen tillsatta förvaltningsrådet ska fastställa bolagets strategi och att det ska införas bestämmelser om ett bestående förfarande med hörande av

sakkunniga. Dessutom ska varje politiskt parti med minst tre riksdagsledamöter vara representerat i förvaltningsrådet.

Arbetsgruppen föreslog vidare att bolagets finansiering inte ska omfattas av statsfinanserna och att ingen indexjustering görs 2017–2019 på grund av det allmänna statsfinansiella läget. Arbetsgruppen lämnade också vissa andra förslag. Förvaltningsrådet började redan förbereda de förestående ändringarna och förnyelserna.

I slutet av året aktiverades en debatt kring bolagets journalistiska principer, yttrandefrihet och oberoende. Det säger sig självt att bolagets journalistiska oberoende ska vara tryggat och att ingen utomstående part ska få styra det journalistiska arbetet.

Den inbyggda brandväggen mellan förvaltningsrådets åtagande och innehållsbeslut i Yles utbud påverkas inte av att förvaltningsrådet beslutar om bolagets strategi. Det är ytterst viktigt att förvaltningsrådet fördjupar och stärker sin självinsikt om rollen som tillsynsorgan. Förvaltningsrådet tillsätts av riksdagens plenum och ska därigenom verkställa demokratins principer och trygga bolagets oberoende och betingelserna för dess public service-uppdrag.

Helsingfors den 4 april 2017 på Rundradion Ab:s förvaltningsråds vägnar

Kimmo Kivelä
ordförande

Yles ledning deltog i mars 2017 i ett seminarium om mediebranschens omvärld. På gruppbilden ses förvaltningsrådets medlemmar och personalrepresentanterna samt Yles styrelseordförande och verkställande direktör.

Stående från vänster: Eero Lehti, Sirkka-Liisa Anttila, Jari Niemelä, Mirja Vehkaperä, Jukka Kopra, Suna Kymäläinen, Thomas Wilhelmsson, Lea Mäkipää, Jari Ronkainen, Mikko Alatalo, Jukka Kuusinen, Jyrki Kasvi, Maria Tolppanen, Matti Semi, Markku Pakkanen och Lauri Kivinen.

Sittande från vänster: Arto Satonen, Kimmo Kivelä, Mikaela Nylander och Ilkka Kantola.

Bild: Veli-Martti Koivunen/Yle

Sammandrag

Yles public service-utbud i radio och tv var på samma nivå som året innan. Yle fortsatte att satsa på att utveckla webbtjänsterna och ökade utbudet på Yle Arenan. Yle har fokuserat på utbudets kvalitet snarare än kvantitet.

Yle nådde ut till 70 procent av finländarna varje dag och 93 procent varje vecka. Veckoräckvidden för Yles tv-kanaler var oförändrad jämfört med året innan, räckvidden för radio backade något och veckoräckvidden på webben ökade. I de snabba förändringarna på mediefältet måste Yle lägga manken till för att nå ut till ungdomar och unga vuxna.

Yle TV1 var fortfarande den mest tittade tv-kanalen och Yle Radio Suomi den mest lyssnade radiokanalen 2016. Yle Arenan utsågs för fjärde gången till det värdefullaste webbvarumärket i Finland enligt Taloustutkimus prestigemätning.

En majoritet av finländarna anser att Yle överlag har lyckats bra i sitt public service-uppdrag. Finländarna gav betyget 7,1 för Yles betydelse för den egna medieanvändningen och betyget 8,0 för Yles samhälleliga betydelse på skalan 1–10.

Till de största satsningarna under året hörde sommar-OS i Rio, avtalet om friare tillgång till radio- och tv-dramaarkiven på Yle Arenan samt ett digert utbud av nya inhemska naturprogram. Satsningarna på nytt inhemskt drama, som kriminalserien *Sorjonen* och ungdomsserien *Heroes of the Baltic Sea,* rönte även intresse utomlands. Yle har utökat partner- och målgruppssamarbetet vid utveckling av utbud och tjänster.

På hösten firade Yle sina 90 år med finländarna och samlade in över 1 700 berättelser om händelser i Yles och finländarnas historia. Under året förberedde Yle också utbud inför jubileumsåret Finland 100.

De viktigaste riktlinjerna för Yles verksamhet och framtid ingick i den parlamentariska arbetsgruppens utredning av Yles uppdrag och finansiering. Arbetsgruppen ålade Yle bland annat att öka inköpen av program och tjänster betydligt.

Yle förbereder sig för förändringarna med ett omfattande förnyelseprogram som lanserades i oktober 2016. Yle har också inlett förhandlingar om ökat samarbete med kommersiella medieaktörer.

Förvaltningsrådet fastställde i april att Yle kommer att övergå helt till HD-sändningar i det markbundna nätet redan i mars 2020. Detta var ett viktigt beslut för aktörerna inom tv-sektorn, eftersom tidigareläggningen minskar kostnaderna för överlappande distribution.

Förvaltningsrådet godkände i oktober Yles riktlinjer för ekonomin och verksamheten, som ska omvärderas i samband med strategiarbetet 2017. Till de viktigaste besluten under året hör totalreformen av Yles tv-kanaler och Yle Arenan, om vilken förvaltningsrådet inledde en förhandsprövning på hösten. Yle Teema och Yle Fem börjar våren 2017 sända från samma kanalplats och Yle ökar satsningarna på Arenan.

Yle höll ekonomin i balans. Räkenskapsperiodens förlust uppgick till 2,9 miljoner euro, jämfört med en vinst på 1,3 miljoner euro året innan. Variationen i resultatet från år till år beror främst på återkommande stora idrottsevenemang vartannat år.

Yles intäkter uppgick till sammanlagt 473,2 miljoner euro, vilket var 1,2 miljoner euro mer än året innan. Yleskattens andel av de totala intäkterna var 97,6 procent, eller 461,8 miljoner euro. Beloppet var detsamma som under föregående år, eftersom ingen indexhöjning hade gjorts.

På Yle gjordes totalt 3 490 årsverken, vilket är 65 färre än året innan.

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

Utöver detta begärde förvaltningsrådet utlåtanden från berättelsen till förvaltningsrådet gällande Yles public service-uppdrag och partnerskap. Professor Hannu Nieminen vid Helsingfors universitet har utvärderat genomförandet av Yles bildnings- och jämställdhetsuppdrag och Medieförbundet samarbetet med de kommersiella medierna. Utlåtandena finns som bilagor till denna berättelse liksom Sametingets utlåtande.

Innehåll

1. YLES PUBLIC SERVICE-UPPDRAG OCH STRATEGI 9

1.1 Rundradions uppdrag

1.2 Yles strategiska riktlinjer och mål

2. FÖRÄNDRINGAR I OMVÄRLDEN 17

2.1 Ändringar i regleringar som gäller Rundradion

2.2 Kommunikationspolitik och reglering av kommunikationen

2.3 Den kommersiella mediemarknaden

2.4 Utveckling inom medieanvändning

2.5 Utveckling inom medieteknik

2.6 Utvecklingstrender i europeiska rundradiobolag

3. YLES INNEHÅLL OCH TJÄNSTER 25

3.1 Yle i radio, tv och på webben

3.2 Yles utbud enligt genre

3.3 Tjänster på samiska

3.4 Tjänster för specialgrupper och andra minoriteter

3.5 Andaktsprogram

3.6 Programutbud för utlandet

3.7 Säkerhet, beredskap samt myndighetsinformation

3.8 Inhemska producenters roll i Yles utbud

4. YLES VÄRDE FÖR FINLÄNDARNA 55

4.1 Yle och public service-uppdraget

4.2 Yles publikrelation i tv, radio och på webben

4.3 Uppföljning av publikrespons och interaktion med intressenter

5. YLES VERKSAMHET: UTVECKLING OCH PRINCIPER 67
5.1 Utveckling av verksamheten
5.2 Partnerskap och samarbete med övriga medier
5.3 Oberoende och verksamhetsprinciper
5.4 Personalens utveckling
5.5 Samhällsansvar i Yles verksamhet

6. YLES FINANSIERING, KOSTNADSSTRUKTUR OCH FÖRVALTNING 77
6.1 Yles finansiering och intäkter
6.2 Utveckling av kostnadsstrukturen samt kostnader
6.3 Kostnaderna per innehållshelhet
6.4 Yles förvaltning och organisation

BILAGOR 84
Förvaltningsrådets och styrelsens beslut samt medlemmar 2016
Sametingets utlåtande
Medieförbundets utlåtande
Professor Hannu Nieminens utlåtande
Ordlista

Yles public service-uppdrag och strategi

1

- **Förvaltningsrådet godkände Yles riktlinjer för ekonomin och verksamheten de närmaste åren.**
- **Yle förbereder sig för att anpassa verksamheten enligt den parlamentariska arbetsgruppens förslag.**
- **Yle satsar mera på innehåll, tjänster och distribution på webben.**

1.1 RUNDRADIONS UPPDRAG

1.1

Yles public service-uppdrag baserar sig på lagen om Rundradion, som reviderades den 1 januari 2013 efter ett enhälligt riksdagsbeslut. Samtidigt fattade riksdagen beslut om en ny finansieringsmodell som bygger på Yleskatten och som ersätter den tidigare tv-licensavgiften (lag om rundradioskatt 484/2012). Förslag om följande ändring av Ylelagen lämnas till riksdagen våren 2017.

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

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

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

1.2 YLES STRATEGISKA RIKTLINJER OCH MÅL

1.2

Promemoria av den parlamentariska arbetsgruppen

År 2016 fastställdes flera beslut och riktlinjer som påverkar Yles verksamhet och framtid. Det viktigaste var en utredning av en parlamentarisk arbetsgrupp under ledning av riksdagsledamot Arto Satonen (saml) som utvärderade Yles uppdrag, finansiering och ställning. Den enhälliga arbetsgruppen föreslog inga ändringar i omfattningen av Yles public service-uppdrag, men lade fram preciseringar i bolagets uppgifter och finansiering de närmaste åren.

Den parlamentariska arbetsgruppens förslag medför strukturella förändringar i Yles verksamhet och förberedelserna för omstruktureringen har redan inletts. Enligt förslaget ska Yle öka inköpen av program och tjänster med 30–35 procent före 2022, vilket minskar Yles eget produktionsarbete.

YLES UPPDRAG

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 kan tillhandahållas i allmänna kommunikationsnät både riksomfattande och regionalt.

Den programverksamhet som bedrivs i allmännyttigt syfte skall särskilt:

1) stödja demokratin och enskildas möjlighet att påverka genom att tillhandahålla ett mångsidigt utbud av fakta, åsikter och diskussioner samt en möjlighet till växelverkan;
2) producera, skapa, utveckla och bevara inhemsk kultur, konst och stimulerande underhållning;
3) i programutbudet beakta synpunkter som har att göra med allmänbildning och jämställdhet, erbjuda möjligheter till lärande och självutveckling, lägga vikt vid program avsedda för barn och ungdomar samt tillhandahålla andaktsprogram;
4) behandla den finskspråkiga och svenskspråkiga befolkningen på lika grunder i programverksamheten samt tillhandahålla tjänster på samiska, romani och teckenspråk och i tillämpliga delar även för andra språkgrupper i landet;
5) stödja tolerans 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 att sköta televisions- och radioverksamheten under undantagsförhållanden.

Lagen om Rundradion Ab 7 §, Allmännyttig verksamhet

Arbetsgruppen förutsatte också att Yle inleder förhandlingar om kundrelationen med FNB eller om något annat alternativ för att trygga en nationell grundläggande nyhetstjänst. Arbetsgruppen lade dessutom fram flera andra förslag för utveckling av samarbetet mellan de kommersiella medierna och Yle. Förslagen gällde till exempel sportproduktioner och webbsamarbete samt regionala nyhetsförstasidor.

Arbetsgruppen föreslog en ändring i paragrafen om Yles specialuppgifter. Enligt förslaget ska 7 § 5 mom. lyda som följer: ”Yles uppgifter är att stödja bevarandet av det finländska kulturarvet, tolerans, jämlikhet, jämställdhet och kulturell mångfald.” Förslaget inverkar inte på utbudet för minoriteter och specialgrupper.

Den parlamentariska arbetsgruppens förslag och förslagets följder diskuteras närmare i senare avsnitt.

Förslaget förstärker förvaltningsrådets roll så att det framöver är förvaltningsrådet som godkänner Yles strategi. Bola-

RIKTLINJER FÖR EKONOMI OCH VERKSAMHET

Förvaltningsrådet godkände i oktober 2016 Yles riktlinjer för ekonomin och verksamheten, som ska omvärderas i samband med strategiarbetet 2017. Förvaltningsrådet betonar mångsidigheten i Yles public service-verksamhet samt bolagets beredskap att anpassa sig efter de utmaningar som medieanvändningen och nya tekniska lösningar medför:

1. **Yle erbjuder omfattande och mångsidiga tjänster via ändamålsenliga distributionskanaler i enlighet med sitt public service-uppdrag.**

2. **Helheten för tv- och radiokanalerna samt Yle Arenan granskas i relation till förändringarna i medieanvändningen, audio- och videoutbudet och övergången till HD-teknik.**

3. **Yle satsar mera på innehåll, tjänster och distribution på webben.**

4. **Ekonomin hålls i balans så att variationerna i resultatet från år till år tar ut varandra. Yle ökar flexibiliteten inom sin verksamhet och ekonomi. Yle använder sina resurser på ett effektivt och transparent sätt.**

5. **Förvaltningsrådet beslöt också att beredningen av genomförandet av riktlinjerna enligt den parlamentariska arbetsgruppens promemoria av 22 juni 2016 ska inledas.**

get har redan börjat bereda en uppdaterad strategi som sannolikt lämnas till förvaltningsrådet för beslut i april 2017.

Strategin Mitt bland oss

År 2016 utvecklade Yle verksamheten utifrån strategin Mitt bland oss och de åtta utvecklingsmål som fastställts i strategin. Tyngdpunkten i strategin ligger på public service-rundradioverksamhetens särskilda roll för att främja journalistik, kultur, lärande och den digitala mediebranschen. Yle vill också trygga ett brett utbud av olika idrottsgrenar och nationellt viktiga idrottsevenemang för alla finländare.

Yles strategi fokuserar på kvalitet i stället för kvantitet i utbudet. Vid sidan av journalistik och ett mångsidigt kulturutbud satsar Yle på nytt utbud för lärande som främjar medborgarfärdigheter i vår föränderliga samtid, som bland annat digitala färdigheter och mediekompetens. Yle Arenan och mobila tjänster har fått en alltmer betydande roll. De traditionella radio- och tv-kanalerna är fortfarande viktiga, men medieanvändningen blir allt mer diversifierad och det behövs nya metoder och berättargrepp för att förmedla utbudet.

Förhandsprövning

Förvaltningsrådet beslöt i september att inleda förhandsprövning enligt 6 a § i lagen om Rundradion om planen att omstrukturera Yles tv-kanaler och utveckla tjänsterna på Yle Arenan. Efter omfattande samråd beslöt förvaltningsrådet i oktober om ändringar i de nuvarande tjänsterna, med andra ord att kanalerna Yle Teema och Yle Fem flyttar till samma kanalplats och att Yle Arenan förnyas.

MISSION

Yle stöder det finländska samhället
och den finländska kulturen genom
att erbjuda alla information, bildning,
insikt och upplevelser.

VISION

Yle ger utrymme för olika tankar och
gemensamma upplevelser. Tillsammans bygger vi
ett ännu bättre Finland.

VÄRDERINGAR

Trovärdighet, oberoende
och respekt för människan.

MÅL

Vi når alla finländare.
Yle är personligen viktigt.
Finländarna värdesätter Yle.

Med anledning av dessa förnyelser beslöt förvaltningsrådet att begära två separata utredningar av Yle före utgången av januari 2017. För det första ska Yle bedöma hur minoriteters och specialgruppers behov kommer att beaktas i tv-kanalerna och på Yle Arenan i samband med reformen. Den andra utredningen gäller en ökning av tillgängligheten av utbudet på Yle Arenan samt de juridiska och tekniska frågor som anknyter till det. Utredningen ska bland annat innehålla en redogörelse för de kostnader som utvidgade visningsrätter skulle innebära.

Mediernas Centralförbund (nuv. Medieförbundet) begärde i september av förvaltningsrådet en förhandsprövning av Yles webbplatsreform och speciellt regional- och lokalnyhetstjänstens effekter på tidningarnas nyhetsutbud på webben. Förvaltningsrådet beslöt i oktober att begära ytterligare utredningar av frågan. Yle har beställt en utredning av forskningsinstitutet COMET vid Tammerfors universitet och förvaltningsrådet diskuterade utredningen i februari 2017.

Utöver detta begärde förvaltningsrådet utlåtanden från berättelsen till förvaltningsrådet gällande Yles public service-uppdrag och partnerskap. Professor Hannu Nieminen vid Helsingfors universitet har utvärderat genomförandet av Yles bildnings- och jämställdhetsuppdrag och Medieförbundet samarbetet med de kommersiella medierna. Utlåtandena finns som bilagor till denna berättelse.

MUSIK FRÅN FOLK TILL KLASSISKT

KULTUR OCH UNDERHÅLLNING

BARN OCH UNGDOM

FAKTA

WEBBTJÄNSTER
Yle Arenan, Yle Nyheter, Barn, Lärande

AKTUALITETER

DOKUMENTÄRER

SPORT

RADIO

REGIONALT

TV

NYHETER

DRAMA

ABITREENIT

INHEMSK FILM

VETENSKAP

TEXTNING

LÄRANDE

SVENSKA YLE

RSO

SPECIALGRUPPER
Nyheter på teckenspråk, lätt finska, ryska, samiska och karelska

Framtidsutsikter för public service

Yles public service anses ge mervärde till samhället och Yle har fortfarande ett starkt förhållande till finländarna. Yle axlar ett stort ansvar i sitt uppdrag som tryggare av högklassig journalistik, bildning och den finländska kulturen samt spelar en viktig roll i digitaliseringen av finländska medier och för sysselsättningen inom den kreativa sektorn.

Mångsidiga medier och trovärdig information är avgörande för yttrandefriheten och demokratin och deras roll framhävs ytterligare i en tid som präglas av internationell instabilitet och tilltagande desinformation. Tack vare omfattningen av sitt uppdrag kan Yle stödja ett polyfont samhälle och ge olika befolkningsgrupper delaktighet och synlighet på lika villkor.

Bolaget förbereder sig likväl för framtiden i en omvärld som har förändrats markant.

Den digitala omvälvningen och det explosionsartat ökande utbudet av olika innehåll ställer de inhemska medierna, däribland Yles public service, inför allt större utmaningar. Finländarna har tillgång till ett närapå obegränsat globalt medieutbud och otaliga andra tjänster som konkurrerar om användarnas tid och uppmärksamhet.

Dessutom ändrar tekniken såväl sätten på vilka medier används, distribueras och produceras som samhällstjänsterna och människors vardag överlag. I dagens allt mer splittrade och nätverkande värld måste Yle satsa stort på utbud och teknik för att public service ska fortsätta vara viktig i vardagen för finländare av alla åldrar.

bern

Förändringar i omvärlden

2

- **Nettointäkterna från Yleskatten var 461,8 miljoner euro även 2016.**
- **Den parlamentariska arbetsgruppen föreslog preciseringar av Yles uppdrag och finansiering.**
- **Medieanvändningen blir allt mångsidigare och de stora globala aktörerna klarar sig bäst i den kommersiella konkurrensen.**

2.1 ÄNDRINGAR I REGLERINGAR SOM GÄLLER RUNDRADION

2.1

En av Kommunikationsministeriet tillsatt parlamentarisk arbetsgrupp för utredning av Yle gav sin rapport strax före midsommar. Arbetsgruppen uttryckte i rapporten sin enhälliga parlamentariska syn på preciseringen av Yles uppdrag, finansieringen, de externa inköpen, en starkare ställning för förvaltningsrådet och Yles roll i samarbetet inom mediebranschen. Arbetsgruppens förslag kommer att medföra ändringar i lagstiftningen om Yle.

Arbetsgruppens förslag gällande finansieringen av Yle var att finansieringen inte ska omfattas av statsfinanserna och att ingen indexjustering enligt 3 § i lagen om statens televisions- och radiofond ska göras i finansieringen för åren 2017–2019. Riksdagsgrupperna kommer hösten 2018 att bedöma den ekonomiska situationen och möjligheterna att genomföra indexjusteringen för 2019.

Eftersom inga indexjusteringar har gjorts i Yles anslag åren 2015 och 2016 är Yles finansiering åren 2014–2018 oförändrad, med andra ord 507,9 miljoner euro per år. Efter avdragen mervärdesskatt enligt skattesatsen 10 procent återstår 461,8 miljoner euro per år av Yleskatten för finansiering av public service-verksamheten.

Enligt Finansministeriets bedömning uppgår den kumulativa negativa effekten på Yles finansiering av de icke verkställda indexjusteringarna 2015–2018 till sammanlagt cirka 46 miljoner euro. År 2018 kommer Yles finansiering att vara uppskattningsvis 20 miljoner euro mindre än vad den hade varit om indexjusteringarna hade genomförts alla år under ovan nämnda period.

Kommunikationsministeriet beredde lagpropositioner utifrån arbetsgruppens förslag. Riksdagen godkände i november 2016 en ändring av lagen om statens televisions- och radiofond, som reglerar finansieringen av Yle. Propositionen med förslag om ändring av Ylelagen läggs sannolikt fram för behandling i riksdagen i april 2017.

2.2 KOMMUNIKATIONSPOLITIK OCH REGLERING AV KOMMUNIKATIONEN

2.2

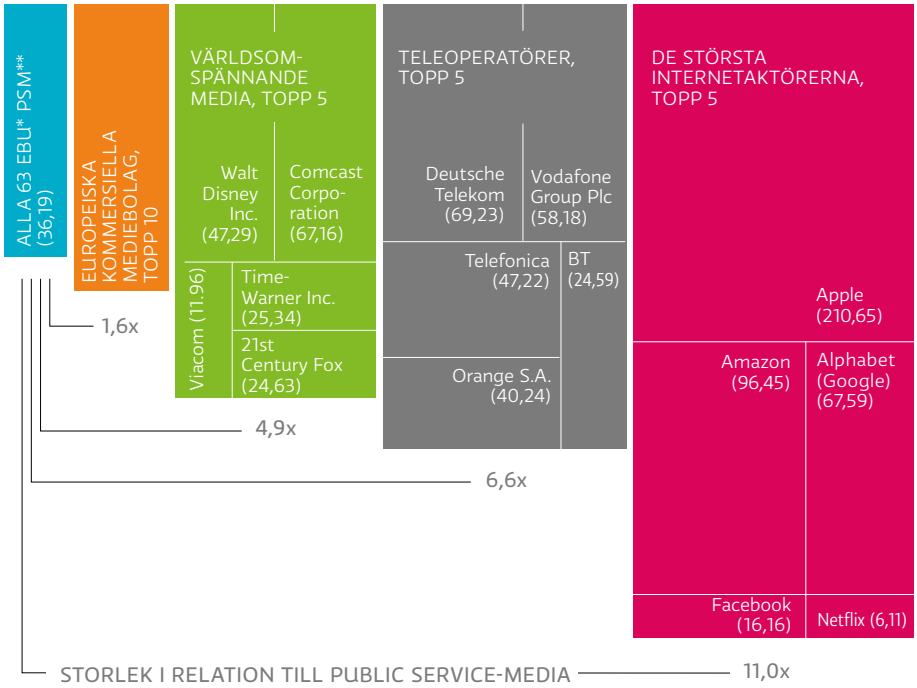
Europeiska unionens digitala inre marknadsstrategi (Digital Single Market, DSM) omfattar beredning av lagstiftning

som påverkar Yles och de kommersiella medieföretagens verksamhet. Den kommer bland annat att underlätta användningen av webbinnehållstjänster, som Yle Arenan, inom EU. Finländare som reser inom EU kan använda Yle Arenan utan geografiska begränsningar eventuellt redan i början av 2018.

Den högre momsskattesatsen för digitalt medieinnehåll bromsar upp digitaliseringen av innehållen och har därigenom en negativ effekt på de finländska mediernas konkurrenskraft. Det är möjligt att den nuvarande skattesatsen på 24 procent på finländskt digitalt utbud sänks redan i början av 2018 till samma lägre moms som prenumerationer på fysiska tidningar, det vill säga 10 procent.

Den viktigaste ändringen av den nationella lagstiftningen under 2016 var ur mediemarknadens perspektiv lagen om kollektiv förvaltning av upphovsrätt. Den stärker mediebolagens och andra upphovsrättsnyttjares ställning gentemot kollektiva förvaltningsorganisationer, som Teosto och Kopiosto. Lagen ställer krav på transparens i den verksamhet som organisationer för kollektiv förvaltning bedriver och förbättrar mediebolagens möjlighet att utvärdera jämlikheten i prissättningen.

OMSÄTTNINGEN FÖR CENTRALA MEDIEAKTÖRER OCH EN JÄMFÖRELSE MED PUBLIC SERVICE-BOLAG 2015, MILJARDER EURO



*) European Broadcasting Union, Europeiska radio- och TV-unionen, 63 medlemsbolag
**) Public service-media
Källa: EBU, baserar sig på medlemsbolagens och övriga bolags bokslut

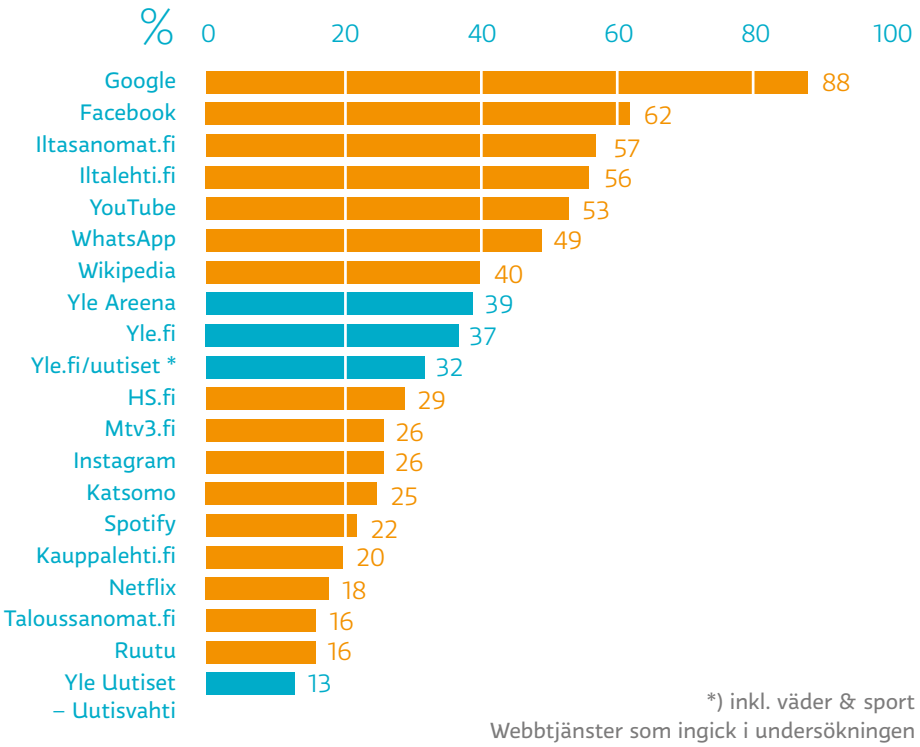
2.3 DEN KOMMERSIELLA MEDIEMARKNADEN

Webbreklamen fortsatte att öka och tv- och printreklamen fortsatte att minska i Finland 2016. De mest framgångsrika aktörerna inom webbreklam var fortsättningsvis de globala jättarna Google och Facebook. Av de utländska webbvideotjänsterna fortsatte Netflix att locka fler kunder även i Finland.

År 2016 uppgick reklammarknaden i Finland till 1 168 miljoner euro. Webbreklamens andel var 324 miljoner euro, vilket motsvarar 28 procent, och dagstidningarnas andel var 339 miljoner euro. Tidningsreklamens volym backade med 4,4 procent och dess andel av den totala reklamvolymen minskade från 31 procent till 29 procent. Efter fyra år av negativ utveckling ökade volymen på reklammarknaden med 0,9 procent. Mediernas Centralförbund (nuv. Medieförbundet) uppskattade vid utgången av 2016 att tv- och radioverksamhetens och printmediernas reklam och upplageintäkter kommer att växa måttligt under 2017.

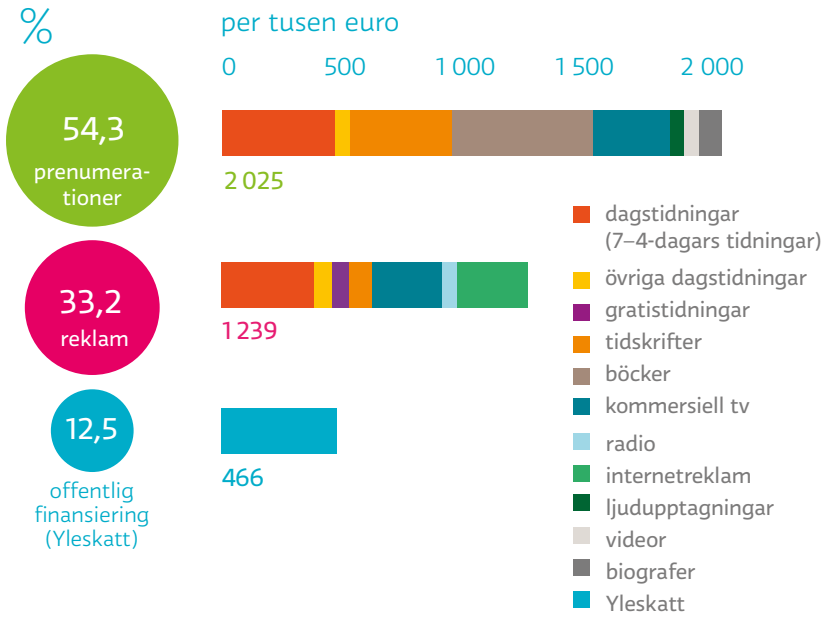
De nationella mediebolagen befinner sig i ett ytterst utmanande konkurrensläge när de ställs mot de globala reklamplattformarnas överlägsna utvecklingsresurser. De förtjänster som Google och Facebook hämtar in på webbreklam bygger i hög grad på bolagens försprång när det gäller att utnyttja användardata för konsumentinsikt.

WEBBTJÄNSTERNAS VECKORÄCKVIDD TOPP-20 HÖSTEN 2016



*) inkl. väder & sport
Webbtjänster som ingick i undersökningen
15+ -befolkningen
Källa: Kanalimageundersökningen/TNS Gallup; Utgivning, Yle

MEDIERNAS FINANSIERING I FINLAND 2015, TOTALT 3 720 MILJ. EURO



Källa: Statistikcentralen

Ett effektivt sätt att öka reklamintäkterna är att identifiera vad konsumenterna intresserar sig för och på så sätt fokusera reklamen bättre. För det mesta använder företag kakor (cookies) för att observera anonyma internetanvändare. Allt fler företag också i den finländska mediebranschen uppmuntrar konsumenterna att registrera sig i sina tjänster, så att företagen kan rikta in reklam och tjänster med personlig anpassning.

Genom att samla in användardata får reklamplattformarna och medieleverantörerna nya verktyg för noggranna dataanalyser, vilket å sin sida kräver specialkompetens och programvaruinvesteringar.

Enligt publikforskning tittar 1,2 miljoner människor (cirka en fjärdedel av den vuxna befolkningen i Finland) på betalvideotjänster på webben som Netflix eller HBO minst en gång i månaden. Ungefär en fjärdedel av hushållen abonnerar på betal-tv. Betal-tv-tittandet har gått tillbaka de senaste åren men är ändå något vanligare än betalvideotjänsterna. I Finland är bägge formerna av avgiftsbelagda tjänster betydligt mindre vanliga än i övriga Norden.

2.4 UTVECKLING INOM MEDIEANVÄNDNING

Finländarna använder fortfarande cirka tre timmar om dagen på att titta på tv och lyssna på radio.

Internet används mest för e-post och bankärenden samt för att läsa webbtidningar och tv-kanalernas nyhetssidor (16–89-åringar). De flesta använder webbtjänster med mobila enheter som pekdatorer och telefoner. Åttio procent av finländarna i åldern 15–74 år har numera en smarttelefon.

De största förändringarna i medieanvändningen sker i de sociala mediernas

tjänster. År 2016 ökade volymen av direktvideo kraftigt på sociala medier, speciellt på Facebook. Facebook förstärkte också sin roll som nyhetskälla.

På veckonivå var Youtube fortfarande den mest använda videoplattformen i på sociala medier i Finland. Den dagliga användningen ökade snabbast i meddelandetjänsten Snapchat som speciellt den unga publiken föredrar.

Den senaste utvecklingstrenden inom livevideosändningar är 360-video, som man ser på med VR-glasögon (VR står för virtuell verklighet). Speciellt Facebook, Googles Youtube och Twitters Periscope har engagerat sig i den begynnande konkurrensen om 360-livevideosändningar.

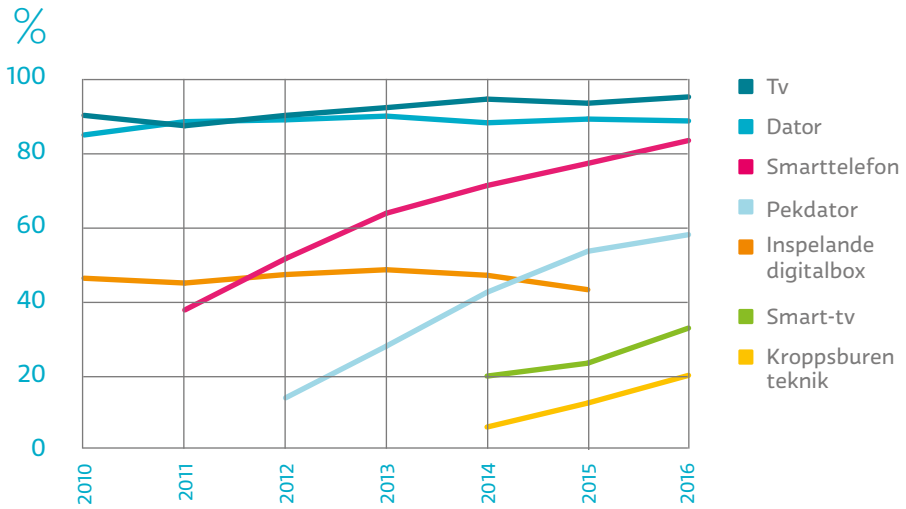
2.5 UTVECKLING INOM MEDIETEKNIK

Utvecklingen inom medieteknik fokuserar på att förbättra den individuella användarupplevelsen i webbtjänster med hjälp av rekommendationer och personifiering samt datainsamling och dataanalys. Inom tv går utvecklingen mot nästa generations bildformat med allt bättre bildupplösning, som 4K och HDR.

Det etablerade tv-tittandet och radiolyssnandet har bidragit till att broadcastnäten fortfarande är de viktigaste distributionssätten. Den ökande webbanvändningen har skapat och fortsätter att skapa tryck på utbyggnad av bredbandsnät speciellt i glesbygden. I slutet av året frigjordes frekvensområdet 700 MHz från tv till trådlösa bredbandsnät.

Inom markbunden tv pågår förberedelserna för nedläggning av sändningar med standardupplösning (SD) år 2020 och övergång till enbart HD-sändningar. Förvaltningsrådet fastställde i april att Yle kommer att övergå helt till högupplösta (HD) sändningar i det markbundna nätet redan i mars 2020. Detta var ett viktigt beslut för aktörerna inom tv-sektorn, eftersom tidigareläggningen minskar kostnaderna för överlappande distribution.

APPARATERNAS FÖREKOMST I HUSHÅLLEN 2010–2016



15–74-åringar
Källa: Statistikcentralen

REGLERING AV MEDIA

- *Debatten kring Yles uppdrag, finansiering och ställning fortsätter. Den parlamentariska arbetsgruppen föreslog preciseringar av Yles public service-uppdrag och finansiering.*
- *Det blir möjligt att använda webbinnehållstjänster under resor inom EU.*

MEDIEEKONOMI

- *Tv- och printreklam backar.*
- *Reklam på webben ökar, med de globala jättarna som de största vinnarna.*
- *Kritiska framgångsfaktorer är analys av webbanvändardata och inriktning av reklamen utifrån analyserna. Lyckad dataanalys kräver betydande investeringar.*
- *Betal-tv minskar i popularitet.*
- *Användningen av utländska betalvideotjänster ökar.*

MEDIEANVÄNDNING

- *Radiolyssnandet och tv-tittandet minskar bland ungdomar och ökar bland de äldre.*
- *Webbtjänster används mest på mobila plattformar.*
- *Volymen av direktvideo på sociala medier ökar.*
- *Rekommendationer och personifiering ger bättre individuell användarupplevelse av webbtjänsterna.*

MEDIETEKNIK

- *Broadcastnäten är fortfarande de viktigaste distributionssätten.*
- *Tv utvecklas mot bildformat med allt bättre bildupplösning (4K, HDR).*
- *Den ökande webbanvändningen skapar tryck på utbyggnad av bredbandsnäten.*
- *Experiment med virtuell verklighet (VR) och förstärkt verklighet (AR) fortsätter.*

Till de medietekniker som var mycket på tapeten 2016 hör virtuell verklighet (VR, virtual reality), förstärkt verklighet (AR, augmented reality) och det nya fenomenet chatbot, det vill säga dialogrobotar som erbjuder nyhetsjournalistik och olika tjänsteinnehåll via meddelandetjänster. Tillsvidare är det fråga om nya och experimentella metoder, men virtuell verklighet och förstärkt verklighet har redan fått viss kommersiell betydelse inom affärsverksamheten för spel.

2.6 UTVECKLINGSTRENDER I EUROPEISKA RUNDRADIOBOLAG

Förändringarna på mediefältet och i samhället ställer public service-rundradiobolagen inför utmaningar inte bara i Finland utan även i det övriga Europa. I många länder har man gjort eller gör som bäst utredningar av rundradiobolagens uppdrag, finansiering eller tillsyn. Debatten kring rundradioverksamhetens roll och framtid har varit livlig i bland annat Norden och Storbritannien.

I Norge nåddes våren 2016 enighet om rundradiobolaget NRK:s framtid. Stortinget beslöt att stöda NRK:s extensiva public service-uppdrag och ansåg att det inte fanns några grunder för att begränsa public service. Även i Norge beslöt man att öka NRK:s inköp från externa produktionsbolag.

På Island ingick rundradiobolaget RUV ett nytt fyrårigt avtal om public service. Avtalet garanterar tillgång till servicen i hela landet. RUV ska bland annat stärka sin kulturella roll, utbudet av isländska och nordiska program samt tjänster till barn. Avtalet garanterar att rundradioskattens reella värde under hela avtalsperioden hålls åtminstone på samma nivå som 2016.

I Sverige ses inga stora ändringar i public service de närmaste åren. Radio och tv i allmänhetens tjänst (SVT, SR och UR) har gällande sändningstillstånd för sexårsperioden 2014–2019. I en medieutredning, som gjordes halvvägs in i koncessionsperioden, lades riktlinjer för kommunikationspolitiken fram. En central del i utredningen var förslaget om att det nuvarande presstödet från och med början av 2018 ska ersättas till förmån för ett nytt mediestöd för allmänna nyhetsmedier. Mediestödet skulle lämnas till nyhetsmedier på basis av vissa kvalitetskriterier och oavsett innehålls- och distributionsform.

Arbetet med att förnya brittiska BBC har också rönt stort intresse. I slutet av 2016 utfärdade regeringen en ny stadga (”Royal Charter”) som reglerar BBC:s verksamhet i elva år framöver. Debatten har kretsat speciellt kring hur det ska vara möjligt att garantera BBC:s oberoende. Den nya stadgan säkerställer att följande översyn av sändningsavtalet inte sker samtidigt som landet förbereder sig för val. De största förändringarna inom BBC gäller förvaltningen av och tillsynen över public service-verksamheten. BBC Trust läggs ner och bolaget får en ny styrelseform.

Samtidigt som rundradiobolagen ser över sin verksamhet ökar oron för yttrandefriheten och respekten för den runtom i världen, även i Europa. Bland annat i Polen och Ungern, där rundradiobolagen står under regeringens kontroll, har det förekommit försök att begränsa mediebolagens verksamhet och påverka oberoende journalisters arbete. Trycket på public service ökar också på Balkanhalvön.

Ökande internationell uppmärksamhet och oro har också riktats mot Turkiet där närmare 300 journalister har arresterats sedan kuppförsöket i juli.

KÄLLOR

- Finnpanel
- IAB Finland
- Kantar TNS
- Medieförbundet
- Statistikcentralen
- Omvärldsrapporter, Yle

Yles innehåll och tjänster

3

- **Yle förnyar sina radio- och tv-kanaler och satsar på utvecklingen av Yle Arenan.**
- **Yle har trappat upp samarbetet inom utveckling av tjänster och innehållsproduktion.**
- **Yle stärker sin roll som främjare av digitala färdigheter och mediekompetens.**

3.1 YLE I RADIO, TV OCH PÅ WEBBEN

3.1

Det skedde inga anmärkningsvärda förändringar i det totala utbudet i radio och tv jämfört med året innan. På webben ökade utbudet. Yle har fokuserat på utbudets kvalitet snarare än kvantitet – inom såväl nyhets- och aktualitetsverksamheten som fakta, kultur, drama, underhållning och utbudet för barn och unga.

År 2016 minskade Yle fortsättningsvis den egna produktionen något och ökade inköpen från externa produktionsbolag. Det inköpta innehållet var mest utbud för så kallade krävande målgrupper, som unga vuxna.

Till de stora besluten 2016 hörde totalreformen av Yle Arenan och tv-kanalerna. Efter reformen har Yle tre broadcastkanaler i **tv**, när utbudet i Yle Teema och Yle Fem sänds på en gemensam kanalplats våren 2017. Utgivningens fokus skjuts alltmer mot Yle Arenan där varje kanal får en egen profil i det digra utbudet.

Även efter reformen är Yle TV1 den viktigaste kanalen för nyheter, aktualiteter och fakta, som även visar inhemska och utländska dramaproduktioner. Yle TV2 är huvudkanalen för sport och underhållning, med allt större tonvikt på upplevelserika innehåll och livesändningar.

I enlighet med sin strategi har Yle trappat upp satsningarna på att utveckla de mobila tjänsterna och webbtjänsterna, förbättra användarupplevelsen och göra utbudet och tjänsterna bättre tillgängliga. Dessutom har Yle stärkt kompetensen inom dataanalys för att bättre kunna förstå preferenserna och behoven hos olika målgrupper.

Utbudet på **Yle Arenan** har gjorts mer lättillgängligt och attraktivt med hjälp av paketering av innehåll, publicering av hela serier på en gång och individualiserad service med Yle Profil. De som registrerat sig och använder sin Yle Profil kan titta och lyssna på innehåll som de kan anpassa enligt sina egna preferenser.

Yle Profil hade en halv miljon registrerade användare vid utgången av året. Målet för 2017 är en miljon registrerade användare. Samtidigt är Yles målsättning att 15 procent av tjänsterna används via profilen. Yle Profil är ett enkelt, säkert och inhemskt alternativ för inloggning till tjänster.

Största delen av **radio**lyssnandet sker fortfarande traditionellt med en FM-apparat, men behovet av digital distribution av audioutbud ökar i takt med den

växande medieanvändningen på mobila plattformar. Därför är ett av Yles mål att överföra radion till webben genom att utöka audioutbudet på Yle Arenan och de övriga digitala plattformarna.

En ny form av audioutgivning för Yle var bland annat produktion av och manus för podcastar. På vintern lanserades den första nya finskspråkiga poddserien *Kadonnut* som handlar om försvunna personer. Före det lanserade Svenska Yle poddserien *Knapphandlarens hämnd,* som handlade om bombexplosionen i Jakobstad.

Individualiserade tjänster och öppna arkiv

Webbtjänsten för nyheter fick ett helt nytt användargränssnitt på en ny teknisk plattform. Tack vare förbättringen ökade den dagliga användarvolymen för den personifierade nyhetsappen Nyhetskollen mer än tredubbelt i slutet av året. Yle lanserade också en ny personifierad webbtjänst för sport.

Yle gjorde under året flera insatser för att testa nya tekniska lösningar. Bland annat tog Yle fram roboten Voitto för automatiska referat av sportresultat och genomförde några experiment med VR-, AR- och 360-innehåll i samarbete med läroanstalter inom branschen.

För utveckling av ungdomsmedierna startade Yle en utredning för att hitta nya sätt att erbjuda service till den strategiskt viktiga målgruppen av 15–29-åringar. Det här arbetet fortsätter även under 2017.

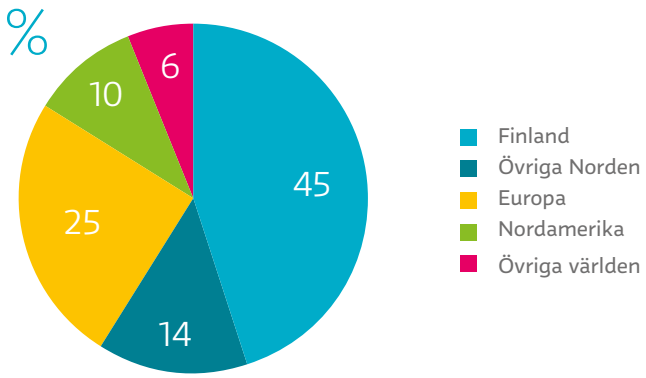
Hösten 2016 tecknade Yle ett betydande avtal som gör det möjligt att ge friare tillgång till Yles arkiv av dramaprogram på webben. Genom avtalet kommer praktiskt taget alla radio- och tv-dramer som Yle producerat att läggas ut på Yle Arenan under 2017–2022. Avtalets värde uppgår till flera miljoner euro och till avtalsparterna hör nio artistförbund och -organisationer.

På allmänhetens begäran lades julavsnitt av klassikerserier som *Rintamäkeläiset, Familjen Metsola* (Metsolat) och *Hemgatan* (Kotikatu) ut på Yle Arenan redan 2016.

Jubileumsutbud

En av höjdpunkterna under året var Yles 90-årsjubileum som firades stort i september. Yle beredde jubileet tillsammans med finländarna som fick delta i planeringen av programutbudet. På bemärkelsedagen den 9 september utgjordes utbudet i Yles finskspråkiga radiokanaler av publikens önskemål.

TV-PROGRAM ENLIGT URSPRUNGSLAND 2016



Sändningen *Mitt. Ditt. Vårt – Yle 90 år* från Musikhuset samt webbsidorna på yle.fi/sinuntarinasi och svenska.yle.fi/mittdittvart bjöd på en samling minnen och berättelser om Yles och finländarnas historia. I Finlandiahuset arrangerade Yle ett seminarium om yttrandefrihet, med president Martti Ahtisaari som huvudtalare.

Yle förberedde sig också för firandet av Finland 100 år. Yle lanserade en särskild kanal för Suomi Finland 100 på Yle Arenan i slutet av året och har producerat mycket utbud för jubileumsåret.

YLES KANALER OCH TJÄNSTER 2016

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 speciellt för barn, unga och familjer
- Yle Teema – kanalen för kultur, historia och vetenskap
- Yle Fem – ett brett utbud för finlandssvenskar samt för personer med intresse för svenskt och nordiskt utbud (dessutom SVT World som vidaresändning)
- Yles fyra 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 , finns fram till sommaren tillgänglig också i tv-distributionsnätet
- Yle Vega – kanalen för nyheter, sport, regionalt, kultur och aktualitetsprogram på svenska
- Yle X3M – ungdomskanalen på svenska
- Yle Mondo – flerspråkig digital radiosändning i tv-dristributionsnätet (som analog sändning i huvudstadsregionen)
- Yle Klassinen – klassisk musik utan avbrott, digital radiosändning i tv-distributionsnätet
- Yle Sámi Radio – radiokanal på tre samiska språk

YLES WEBBTJÄNSTER

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

3.2 *Debatten om Yles oberoende*

I slutet av året blev Yles oberoende ifrågasatt med anledning av nyhetsbevakningen av statsministerns bindningar och den offentliga debatt som följde på den.

Yles styrelse diskuterade situationen i december och hörde bolagets ledning och ansvarige chefredaktören om det. Styrelsen konstaterade enhälligt att det inte finns någon orsak att betvivla den finskspråkiga nyhets- och aktualitetsverksamhetens oberoende. Förvaltningsrådet diskuterade också frågan och hörde styrelsen och bolagets ledning om den.

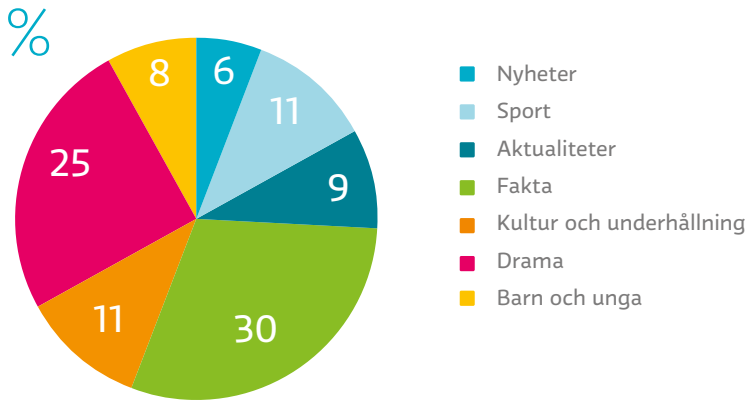
3.2 YLES UTBUD ENLIGT GENRE

Yles utbud är indelat i sju innehållshelheter: nyheter, sport, aktualitetsprogram, fakta, drama, kultur och underhållning samt barn och unga.

På Yles **tv**-kanaler sänds mest faktaprogram och drama. De näst största andelarna utgörs av sport samt kultur- och underhållningsprogram. Sportens andel ökade jämfört med året innan på grund av stortävlingar, medan faktaprogrammens andel minskade något.

Yles tv-kanaler kännetecknas av ett digert utbud av nyheter, aktualiteter och faktaprogram samt kultur även under bästa tittartid på kvällen. Detta avviker

INNEHÅLLENS ANDEL AV PROGRAMTIMMARNA I TV 2016, TOTALT 19 065 TIMMAR



TV-SÄNDNINGAR 2016 OCH FÖRÄNDRING FRÅN 2015

- *Programtimmar: 19 065 timmar (+109 timmar). Av dessa är 7 747 timmar förstasändningar. Siffertalet omfattar markbundna sändningar, exklusive HD-sändningar, SVT World och parallella regionalsändningar.*
- *Samtliga programtimmar: 19 423 timmar (+177 timmar). Siffertalet omfattar också parallella regionalsändningar.*
- *Inhemska förstasändningar: 5 510 timmar. Siffertalet omfattar också sportprogram som grundar sig på internationella signaler, vilka åtminstone innehåller referat eller en studiodel.*
- *Andelen inhemskt innehåll: 54 % (+4 procentenheter)*
- *Andelen europeiskt innehåll: 86 % (-1 procentenhet)*
- *Yle Fem: 2 569 timmar (+136 timmar).*

från utbudet i de kommersiella medierna och i jämförelseländerna, där utbudet under prime time vilar på underhållning, filmer och drama.

Cirka hälften av utbudet i **radio** består av musikprogram. De hör till kultur och underhållning, som därmed är den överlägset största genren i radio. Näst mest sänds aktualiteter och faktaprogram.

Antalet programtimmar för riksomfattande och regionala radiosändningar är praktiskt taget oförändrat.

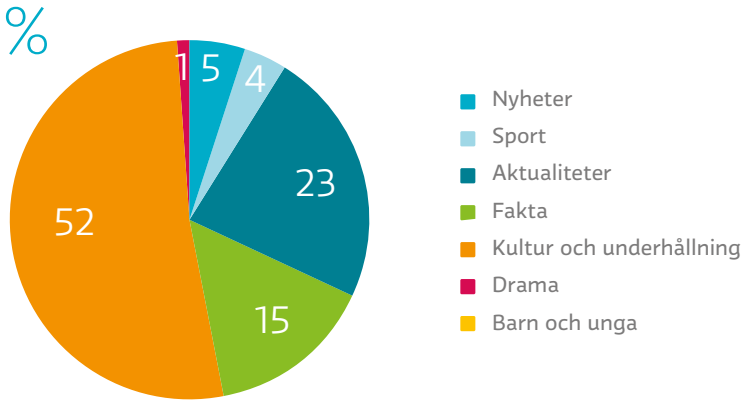
På **Yle Arenan** publicerades ljud- och videoupptagningar i allt växande grad. Över en fjärdedel av videorna utgjordes av faktainnehåll. Näst mest var drama- och sportinnehåll.

Mängden webcastar, det vill säga direktsändningar som enbart sänds över webben, har också ökat stadigt. Under år 2016 sjönk däremot mängden webcastar. På sommaren, under stortävlingarna, sände Yle istället för webcastar mera simulcastar, det vill säga sändningar som sänds på samma gång på tv och webben.

Nyheter och aktualitetsverksamhet

Yles **nyhets- och aktualitetsredaktioner** har vid sidan av den dagliga nyhetsförmedlingen tagit fram fördjupande och klarläggande temahelheter om aktuella fenomen i hemlandet och utomlands under året.

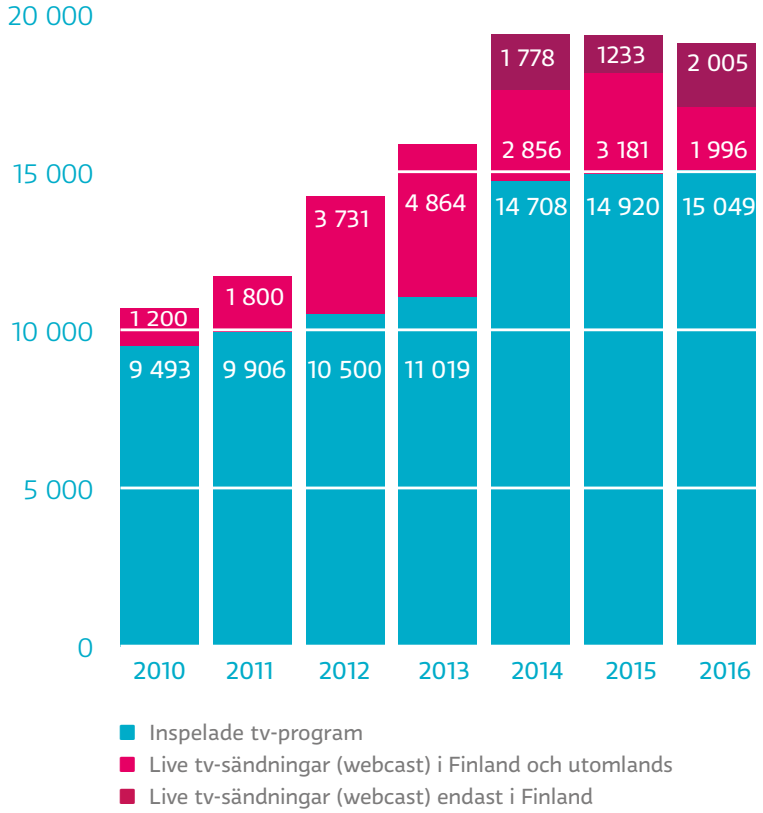
INNEHÅLLENS ANDEL AV PROGRAMTIMMARNA I RADIO 2016, TOTALT 47 100 TIMMAR



RADIOSÄNDNINGAR 2016 OCH FÖRÄNDRING FRÅN 2015

- *Sändningstid: 107 866 timmar (+1 929 timmar). Siffertalet omfattar alla sändningar, inklusive program som lånats från Yles andra radiokanaler.*
- *Programtimmar: 95 323 timmar (-1 573 timmar). Siffertalet omfattar inte program som lånats från andra radiokanaler.*
- *Svenska Yles programtimmar: 18 131 timmar (+111 timmar).*
- *Riksomfattande programtimmar: 44 674 timmar (+55 timmar), av vilka 85 procent var förstasändningar.*
- *Regionala programtimmar: 34 067 timmar (-1 655 timmar), av vilka 3 660 timmar (+174 timmar) var svenskspråkiga.*
- *Yle Mondos programtimmar: 8 784 timmar (+24 timmar).*
- *Andelen musik i det riksomfattande utbudet: 46 % (-3 procentenheter)*

ANTAL TIMMAR FÖR INSPELADE TV-PROGRAM OCH DIREKTSÄNDNINGAR PÅ YLE ARENAN 2010–2016



Siffrorna för 2015 har kontrollerats.

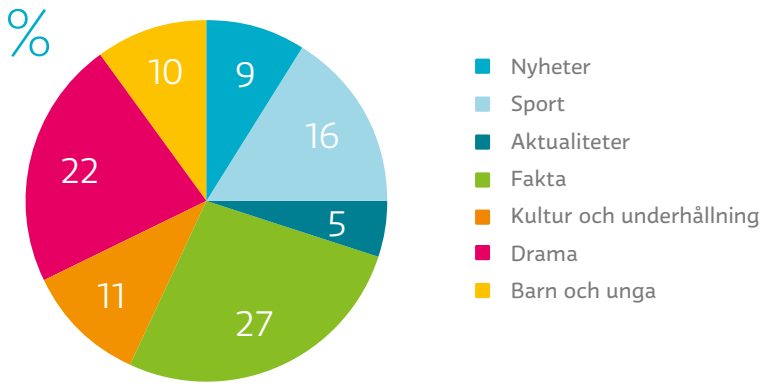
Inom webbnyheter har Yle övergått till att mäta den tid som besökare använder på innehållet (i stället för antalet webbläsare och unika besökare), vilket är en bättre kvalitetsindikator för public service. Mät- och styrsystemet för detta byggdes upp under 2016.

Yle lade ner de finskspråkiga regionala nyheternas egna webbsidor under hösten och integrerade innehållet i utbudet av riksnyheter. Efter omläggningen innehåller menyerna på Yles finskspråkiga nyhetssidor inte längre färdiga länkar till regionala webbnyheter, utan där finns bara en sökfunktion med vilken användarna kan söka fram de senaste nyheterna om önskad ort.

Yle har stärkt sin beredskap att reagera på plötsliga större nyhetshändelser med en ny snabbreagerande sändningsenhet. Yle har beredskap att starta ett direktsänt, gemensamt flöde på Yle Arenan, Yle TV1 och i radio, som kan pågå i timmar. Systemet visade sig fungera bland annat i samband med terrorattackerna i Europa och skottdramat i Imatra.

Yle visade för första gången direkta tv-nyhetssändningar vid EU-omröst-

VIDEOR PÅ YLE ARENAN 2016, UPPDELADE ENLIGT GENRE, TOTALT 15 049 TIMMAR



YLES WEBBINNEHÅLL 2016

- *Yle Arenan, audio: 37 972 timmar (2015: 32 783 timmar)*
- *Yle Arenan, video: 15 049 timmar (2015: 14 920 timmar)*
- *Artiklar: 107 346 stycken, vilka omfattar nyheter, aktualiteter, regioner, sport och specialnyheter, inklusive 29 275 artiklar på svenska.*
- *Artiklar: annan webbjournalistik och övrigt webbutbud, som barn, lärande, kultur och drama, 10 137 stycken, inklusive 3 848 artiklar på svenska.*

YLE ELÄVÄ ARKISTO – YLE ARKIVET 31.12.2016

- *Video: 25 848 st, 4 474 timmar (2016: +1 313 st, +517 timmar)*
- *Audio: 7 057 st, 2 148 timmar (2016: +197 st, +54 timmar)*
- *Bakgrundsartiklar: 12 755 st (2016: ca +250 st)*
- *Arkivets webbradio: totalt 8 760 timmar arkivrepriser*

ningen i Storbritannien och presidentvalet i USA. Resultatsändningen från USA:s presidentval kunde följas i alla medier. För sändningarna utnyttjade Yle förmånlig internetbaserad bild- och ljudöverföring.

För att stärka nyhetsbevakningen av Europeiska unionen inrättade Yle ett nätverk av EU-journalister vid redaktionen i Helsingfors. Nätverket består av redaktörer som specialiserat sig på politik, ekonomi, rättsfrågor, vetenskap, miljö och nyttojournalistik. Deras mål är att gripa tag i frågor som behandlas inom EU i ett så tidigt skede som möjligt och berätta om dem på ett lättförståeligt sätt och ur ett perspektiv som är angeläget för finländarna. Nätverket ska också utvidga finländarnas förståelse för sambanden mellan EU-ärenden och Finland.

År 2016 införde Yles finskspråkiga nyhets- och aktualitetsverksamhet debatter ur ett europeiskt perspektiv i A-Studio. Debatterna under rubriken *Hallå, Europa* görs en gång i månaden i Bryssel. De är det enda forum i Finland där EU-representanter och experter

kan framföra sina synpunkter på aktuella teman i regelbundet återkommande tv-debatter.

Efter medieuppståndelsen i slutet av året inledde Yle ett omfattande projekt inom redaktionerna för att förtydliga den journalistiska linjen genom att tillsammans med medarbetarna diskutera de journalistiska principerna och värderingarna inom public service. Den finskspråkiga nyhets- och aktualitetsverksamheten omorganiserades i december 2016 så att aktualitetsredaktionen samlades till en separat avdelning. I organisationen infördes dessutom en ledningsmodell med två chefredaktörer.

I en undersökning av nyhetsvärderingar i oktober, med andra ord före medieuppståndelsen kring Yle, uppgav 90 procent av finländarna att de litar åtminstone ganska mycket på Yles nyheter. I motsvarande undersökning i början av 2017 uppgav 86 procent att de litar på Yles nyheter, vilket var samma andel som i tidigare undersökningar från 2015–2016. Uppståndelsen inverkade inte heller nämnvärt på finländarnas uppfattning om Yles oberoende. Enligt den senaste undersökningen ansåg 47 procent av finländarna att Yle är oberoende, och motsvarande andel ett år tidigare var 48 procent.

Enligt utredningen hösten 2016 ansåg 60 procent av finländarna att Yle var ledande nyhetsaktör i Finland. Yles tv-nyheter var fortfarande den viktigaste nyhetskällan för 39 procent av svarspersonerna, och Yles webbtjänst steg till tredje plats bland de viktigaste nyhetskällorna, genom att 12 procent av svarspersonerna uppgav den som viktigast. På webben steg Yle till den näst viktigaste nyhetskällan efter Ilta-Sanomat.

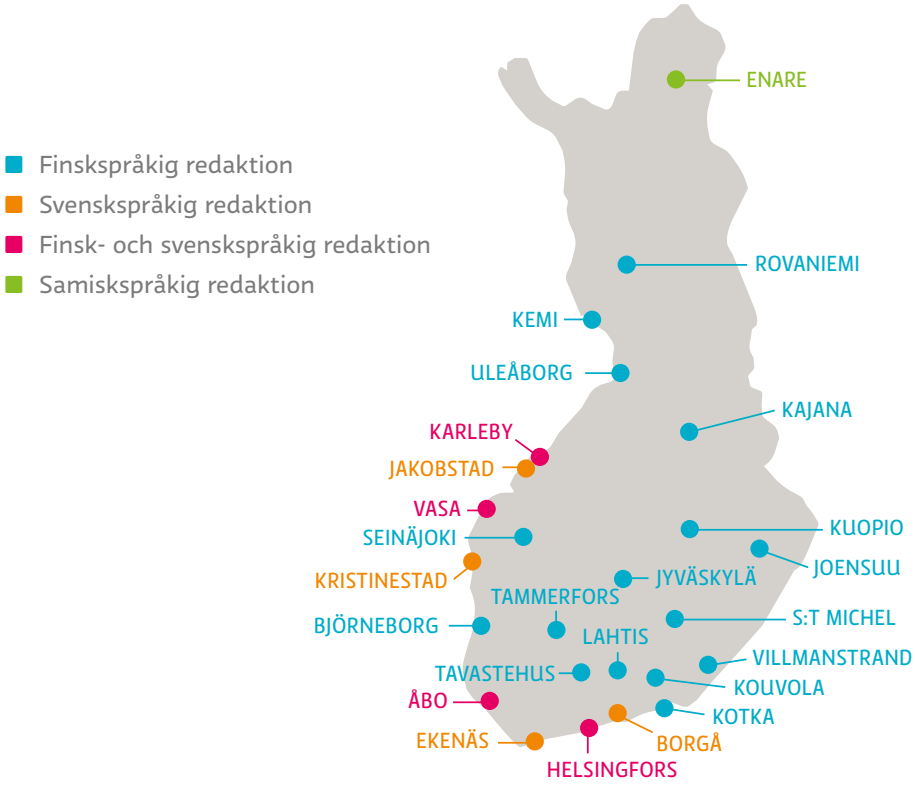
Enligt FNB:s jämförelse var Yle den mest citerade nyhetsaktören i Finland 2016.

Hösten 2016 fattade bolaget beslut om att överföra ansvaret för alla dagliga

Yle svarade för den internationella tv-produktionen av friidrottsevenemangen vid sommar-OS i Rio de Janeiro. Sammanlagt sände Yle från spelen i över 600 timmar i tv och över 200 timmar i radio. Rio Areena bjöd på direktsändningar i nästan 3 300 timmar. På bilden rapporterar sportredaktör Petra Manner från friidrottsarenan.

Bild: Harri Lehtikevari/Yle

PÅ DE HÄR ORTERNA FINNS YLE



Yles korrespondenter i världen

- elva korrespondenter och tolv assisterande frilansare
- Aten, Berlin, Bryssel, Hongkong, Istanbul, London, Madrid, Manila, Moskva, New York, Nürnberg, Paris, Peking, Riga, Sankt Petersburg, Stockholm, Tallinn och Washington, under sommaren 2016 också Rio de Janeiro

och veckovisa debattprogram i tv, som *Halv sju* (Puoli seitsemän), till den finskspråkiga nyhets- och aktualitetsverksamheten, som framöver även ansvarar för utvecklingen av förstasidan yle.fi. Ändringarna genomförs under 2017.

Det experimentella aktualitetskonceptet för ungdomar *Kiosken* (Kioski) fick ökad genomslagskraft i sin målgrupp och rönte även intresse utomlands. Ständig förnyelse är en del av det nydanande konceptet och de bästa lärdomarna introduceras även i den övriga nyhets- och aktualitetsverksamheten.

De största evenemangen inom **sporten** var fotbolls-EM i Frankrike i juni–juli och sommar-OS i Rio de Janeiro i augusti. Tävlingarna var en stor ekonomisk satsning för Yle. Sommar-OS var första gången då Yle sände dygnet runt i tv på både finska och svenska i Yle TV2 genom hela sommarspelen.

Yle strävar efter att aktivt dela på sporträttigheterna med de kommersiella aktörerna på ett sätt som gynnar bägge parterna. Yle tecknade ett avtal

om tv-rättigheterna för skidsport som garanterar att stortävlingarna kommer att visas på Yles kanaler fram till 2021. En del av rättigheterna licenseras vidare till MTV som också har övertagit en del av de tidigare sändningsrättigheterna för vintersport.

Yle tecknade avtal med den amerikanska kanalen Discovery om tv-rättigheterna för OS 2018 och 2020 till ett något lägre pris, men så att Yle delar på rättigheterna med Discovery.

Kreativa innehåll

Kreativa innehåll svarar för Yles utbud av **fakta, kultur, underhållning och drama** samt **tjänster för barn och unga**. Yle har fortsatt att vidareutveckla inhemskt drama, mång- och transmedialt berättande samt tjänster för barn och unga. På dessa områden tog Yle nya steg mot internationalisering.

Yle har haft något färre egna produktioner inom fakta, drama och kultur och har i enlighet med bolagets målsättningar köpt in innehåll speciellt för målgrupper under 40 år.

Utöver ett digert och mångsidigt kulturutbud satsade Yle under året på utbud för natur och lärande samt på webbjournalistik. År 2016 nådde Kreativa innehåll på webben i genomsnitt en halv miljon unika webbläsare per vecka, vilket är mer än dubbelt så många som två år tidigare.

Dessutom tar tittare och lyssnare del av drama, kultur, underhållning, fakta och barnprogram på Yle Arenan med 1,2 miljoner unika webbläsare per vecka. Den totala ökningen i räckvidden på webben för Kreativa innehåll (1,6 miljoner unika webbläsare per vecka) har totalt vuxit med 7 procent sedan hösten 2015.

Inom innehållsplanering och produktutveckling sökte Yle nya nätverkande arbetssätt som ger större smidighet i samarbetet inom bolaget. Samtidigt stärkte Yle samarbetet med externa samarbetspartner och målgrupper. Yle ordnade bland annat flera användarworkshoppar där upphovsmakare, exper-

Ungdomsserien *Heroes of the Baltic Sea* kombinerade drama förlagt till medeltiden och äventyrsreality i nutiden. På bilden Axel Tott (Christian Arnold) och sjörövarhövdingen Magnus Fleming (Ville Virtanen).
Bild: Ville Toimi

ter och finländare i olika åldrar arbetade fram nya innehåll.

Labbet (Labra) som grundades 2015 tillhandahåller utbildning, stöd för produktutveckling samt demo- och testningskurser för projekt som bygger på flera olika plattformar. Det har också startat ett internationellt produktutvecklingsnätverk för att stärka kvaliteten på och framgångarna för det inhemska utbudet.

Av Kreativa innehålls produktioner skapades, med stöd från produktutvecklingen, multimediala tv-format för internationell distribution genom danska DR Sales. Bland annat *Heroes of the Baltic Sea* och den crowdsourcade dokumentären *To Nightwish with Love* är format som väckt intresse i Europa och Asien.

I fråga om **dramautbudet** har Yle satsat speciellt på manusförfattande och nya berättelseformat. Avsikten är att stärka genrekunnandet och bereda vägen för finländskt utbud till spridning utomlands. Fokus har varit på relations- och kriminalserier som för fram kulturen, livsstilen och de regionala särdragen i Finland.

Till de populäraste nya dramerna under året hörde kriminalserien *Sorjonen*, där händelserna utspelade sig i Villmanstrand, och landsortskomedin *Korpelas gatlopp* (Korpelan kujanjuoksu), som drev med den finländska gruvdriften. De nådde som mest en miljonpublik.

Yles nya hörspelsstudior stod klara i början av hösten. För att brygga över produktionsavbrottet skapade Yle projektet *Radioteatteri liikkeellä* under vilket Yle Drama gjorde tio hörspel i samarbete med teatrarna i tio städer runtom i Finland. Konceptet visade sig fungera och Radioteatern kommer att fortsätta att producera 2–4 hörspel per år ute i regionerna.

Yle Kultur och underhållning skapade under året flera mångmediala helheter och fortsatte att blåsa nytt liv i kulturjournalistiken. Programmen lyfte fram konst i olika former – från klassisk musik till serien *SuomiLOVE* – samt aktuella debatter och fenomen från bokmässor till e-sport.

Radio är fortfarande den viktigaste distributionskanalen för kultur och musik.

Korpelas gatlopp (Korpelan kujanjuoksu) var den mest tittade dramaserien i Yle TV1 under året. På bilden bilverkstadsägaren Anssi Korpela (Esa Latva-Äijö, till höger) och hans hjälpkarl Jaska (Janne Kataja).
Bild: Kari Manninen/Yle Bildtjänst

Som under tidigare år visade Yle direktsändningar och inspelningar av konserter med Radions Symfoniorkester samt från musiktävlingar och pop- och jazzfestivaler. De kopplades också till nya mångmediala innehåll som utnyttjar olika möjligheter till interaktion. Det största mångmediala projektet under året var *Klassiskt Finland*.

Soffpotatisarna (Sohvaperunat), som baserar sig på ett internationellt succéformat, fortsatte med en andra säsong. Även aktualitetssatiren *Närapå en veckas nyheter* (Noin viikon uutiset) nådde bra ut till sin målgrupp, det vill säga unga tittare.

Övningssalen Paavo i Musikhuset blev den nya inspelningsstudion för musikproduktioner. Kring masterinspelningar utarbetades ett koncept med klubbkvällar där musik för framtida bruk spelades in inför publik i direkt webbsändning.

Samarbetet med Japans rundradiobolag NHK inleddes med en tv-inspelning av operan *Döda huset* från operafestspelen i Nyslott.

Radions symfoniorkesters konsertproduktioner i radio, tv och på webben fortsatte från Musikhuset. Redaktionen för klassisk musik lanserade webbsändningar i samarbete med Finlands nationalopera och -balett.

Radions symfoniorkester inledde året med en omfattande turné i Österrike, inklusive konserter i bland annat Wien och Salzburg. Året avslutades med en turné i hemlandet till Suomussalmi, Kajana, Kuopio och S:t Michel.

Konsertserierna i Musikhuset i Helsingfors varje vecka hade en beläggningsgrad på 97 procent och antalet sålda säsongskort slog nytt rekord, hela 3 400. Att orkestern fick regelbunden synlighet i Yles utbud fick mycket positiv respons från hela landet.

RSO hade också omfattande pedagogiskt samarbete med avdelningen för orkesterinstrument, dirigentklassen och kompositörsklassen vid Sibelius-Akademin.

Serien *SuomiLOVE* lät finländarna berätta hundra självupplevda historier om kärlek och vänskap. Varje berättelse knöt an till en sång som framfördes av någon av Finlands främsta artister. På bilden Johanna Iivanainen.

Bild: Warner Suomi Oy

Yle erbjuder tjänster för barn och deras föräldrar genom ett omfattande och alltid tillgängligt inhemskt **utbud för barn**. Utbudet på Barnens Arena har utökats genom överenskommelser om omfattande visningsrätter. Barnens Arena ger betjänar också specialgrupper som till exempel barn med nedsatt hörsel, som har permanent tillgång till anpassat utbud.

3–14-åriga barn och yngre tonåringar tittade år 2016 på tv i medeltal bara 57 minuter per dag. På 2010-talet har det traditionella tv-tittandet minskat märkbart bland barn och unga. På samma gång har tittande via telefoner, pekdatorer och smart-tv ökat betydligt.

På hösten 2016 kom en dryg tredjedel av de minuter som lagts ner på att titta på Yles barn-innehåll från Yle Arenan. Lilla Tvåan når ändå på veckonivå fortfarande i medeltal ca 63 procent av 3–6-åringarna alltså 145 000 barn via tv. Yles tjänster för barn på webben når allt som allt redan 360 000 unika läsare per vecka.

Barnprogrammen i Yle TV2 och på Barnens Arena är alltjämt mycket uppskattade av både barn och föräldrar. Utbudet i Lilla Tvåan (Pikku Kakkonen) får betyget mycket bra eller åtminstone ganska bra av 90 procent av småbarnsföräldrar. Användningen av den nya Barnens Arena ökade kraftigt under året.

Yles utbud för barn och unga fokuserade på utvecklande och aktiverande växelverkan, samarbete och spelifiering. Finskspråkiga Lilla Tvåan (Pikku Kakkonen) och svenskspråkiga BUU-klubben förnyade sina webb- och mobilappar i samarbete med Svenska Yle. Samtidigt utarbetades en samarbetsmodell med daghem, där ett hundratal barn under skolåldern deltog i framtagningen av en digital app för lekar.

Barn och unga verkställer bolagets strategi genom att fokusera på utbudets kvalitet och förnya berättargreppen. Bland annat serien *Heroes of the Baltic Sea*, som premiärvisades i december 2016,

I dokumentärserien *Försvinnande Norden* (Katoava Pohjola) gick naturredaktör Kimmo Ohtonen sex utrotningshotade djurarter inpå livet och använde dem för att avbilda människans och den nordliga naturens mångskiftande relation.
Bild: Yle Bildtjänst

kombinerade genren för historiska äventyr med filmberättande.

Yles stora samhällssatsning var projektet *Helt knäpp* (Sekasin), som fokuserade på mentalvårdsarbete bland unga. Projektet tilldelades både Gyllene Venla och mentalvårdspris i Finland. Det transmediala projektet bestod av en dramaserie, en kampanj i sociala medier och en vecka med en dygnet-runt-stödtjänst. Dramaserien har setts nästan tre miljoner gånger. Projektet ledde till att de deltagande mentalvårdsorganisationerna grundade en chattjänst för hjälpbehövande ungdomar. Tjänsten fick en tvåårig finansiering från stiftelsen Me-säätiö.

Utvecklingen av **faktainnehåll** på Yle fokuserar på lärande, grävande journalistik, hälsa, vetenskap, historia, samhällsrealityserier, dokumentärer och storevenemang. Yle köpte mångmediala realityserier för unga, livsstils- och hälsoprogram för tv samt naturserier och -dokumentärer.

Naturårets tema lyftes fram i bland annat *Försvinnande Norden* (Katoava Pohjola) med Kimmo Ohtonen som programledare och i samarbete med Arte, samt de nya serierna *Jägarna* (Eränkävijät) och *Dolt av skog* (Metsien kätkemä). Ett samarbete med alla finländare var kampanjen *En miljon fågelholkar* som väckte ett enormt intresse.

Antalet faktaprogram för radio ökade något. De populära långkörarna som *Tiedeykkönen* och Kansanradio fick sällskap av nylanseringar, såsom *Hillan ja Minnan Akuutti* om hälsa och välfärd.

Utbud för lärande

Yle stärkte sin roll som skapare av lärandeinnehåll och började utveckla utbudet enligt de nya utmaningarna för lärande. Yle har startat ett strategiskt projekt för att tillhandahålla Yles utbud för olika lärandekontexter, från läroanstalter till självstudier. Yle Asia Oppiminen (ung.

På nyhetsdagen 26 april 2016 hördes och syntes mellansnack, intervjuer och nyheter som Nyhetsskolans och Uutisluokkas elever själva gjort för Yles olika kanaler. I Aamu-tv:s studio med Yles redaktörer deltagare från skolorna i Jokela, Nordsjö och Borgå.
Bild: Derrick Frilund/Yle

Yles faktainnehåll inom lärande), skaparna av lärandeinnehåll på Svenska Yle samt Yles finskspråkiga nyhets- och aktualitetsverksamhet har inlett ett närmare samarbete för att stärka det övergripande utbudet för lärande.

Yles utbud för lärande finns i dagens lärmiljö – på webben. Fokusområden för utveckling av innehållet är medie- och digital kompetens, inlärningsfärdigheter, livsfärdigheter, människan och samhället samt språk och coachninghelheter. År 2016 skapades bland annat ett utbudspaket med finska för invandrare.

Hösten 2016 användes webbutbud för lärande med som mest över 140 000 webbläsare per vecka. Den genomsnittliga användningen per vecka var drygt hälften av detta. Den finskspråkiga tjänsten Abitreenit innehåller material som stöder studentskrivningarna. Den har i flera år varit den populäraste tjänsten och används av praktiskt taget alla finskspråkiga abiturienter under studentskrivningarna. Till de populäraste tjänsterna hör språk och läromaterialspaketen för lärare.

Tjänsterna för lärande innehåller också utbud som stöder mediefostran för olika åldrar. Materialet handlar om bland annat visuellt berättande, videoskapande och kritisk mediekompetens. Till exempel har redaktören och faktaförfattaren Johanna Vehkoo skrivit en serie artiklar under rubriken Valheenpaljastaja (Lögndetektor) som beskriver mekanismerna bakom fejknyheter och desinformation.

Den finskspråkiga nyhets- och aktualitetsverksamheten samordnar projektet i mediefostran **Yle Uutisluokka** som redan når ut till 9 000 finska elever runtom i Finland. I Uutisluokka och Svenska Yles **Nyhetsskolan** skriver skolelever som artiklar för publicering på skolornas och Yles webbplatser. Syftet med det aktiverande projektet är att stödja mediefostran i skolorna samt lära

I BUU-klubbens serie *Undra sa flundra* pysslar barnen och diskuterar frågor som är aktuella för dem som till exempel syskon, ensamhet, rättvisa eller att känna sig illa eller väl till mods. Kärlek till alla önskar Joanna (till vänster) och Lotta med programledaren Hanna Enlund.

Bild: Malakta/Yle Bildtjänst

ungdomarna spelreglerna för pålitlig nyhetsverksamhet och samtidigt väcka deras intresse för samhälleliga frågor.

Yle erbjuder skolorna läromaterial på webben samt en gratis mobiltjänst som utarbetats tillsammans med en samarbetspartner. Via mobiltjänsten kan lärare sätta sig in i bakgrundsfakta för aktuella nyheter. Skolorna som deltar i Uutisluokka och Nyhetsskolan stöds av frivilliga mentorer som är journalister på Yle. Projektet har fått mycket positiv respons från skolorna och andra aktörer inom undervisningssektorn.

Lärandetjänster används allt oftare på mobila plattformar. Yle har också använt sig av sociala medier på nya sätt för att nå ut till unga publikgrupper. Bland annat har Yle tagit fram korta videoklipp för mobila plattformar med anledning av bemärkelsedagar för historiska personer eller händelser. Finska Yle Faktas projekt *#Titanicilla* använde ett nytt sätt att engagera skolelever i historia på Twitter.

Utbudet för barn i skolåldern utvidgades med *Rosas kod* (Rosan koodi) som lär barnen grunderna i kodning. Spelet går ut på att barnen letar uppgifter på webben för att hitta kodfragment som öppnar olika aktiviteter och en animerad berättelse. I projektet har deltagit bibliotek, museer och flera skolor, Centralen för mediefostran Metka samt resurscentret LINKKI vid Helsingfors universitet, som har skapat pedagogiska uppgifter för spelet. Deltagarna från Yle har varit *Galaxi*, spelprogrammet *FTW, En ny dag* (Uusi Päivä), Yle Oppiminen och Uutisluokka.

År 2016 förbereddes följande fokusområde, det vill säga en pedagogisk helhet för utveckling av mediekompetens och medborgarnas digitala färdigheter i syfte att minska åldersklyftan mellan användarna av digitala tjänster. På webben lanserades i slutet av året den första delen av tjänsten Digiträning som riktar sig till alla finländare.

Svenska Yle – utbud och tjänster på svenska

Svensk- och tvåspråkiga finländare värdesätter Yles public service-tjänster på svenska. Enligt en undersökning som publicerades i november fick Yles betydelse för samhället betyget 8,9 på skalan 1–10. Det är i stort sett samma betyg som året innan (2015: 9,0). Yles betydelse i den egna medieanvändningen fick betyget 7,1 på samma skala. (Undersökningen Hur värdefullt är Yle för finlandssvenskarna, hösten 2016, Taloustutkimus.)

Svenska Yle anses också ha lyckats bättre än tidigare i sitt public service-uppdrag. 64 procent av finlandssvenskarna anser att Svenska Yle har lyckats mycket väl eller väl i sitt uppdrag. Året innan var motsvarande andel 47 procent av svarspersonerna. Yle fick ett bättre betyg speciellt av kvinnor och personer i åldern 15–29 år.

Användningen av Yles utbud på svenska ökar mest på webben. Antalet besökare på Svenska Yles webbplats per dag ökade med 7 procent och per vecka med 6 procent jämfört med året innan (unika webbläsare på webbplatsen). Utöver detta ökade användningen av Svenska Yles innehåll på Yle Arenan med 3 procent jämfört med året innan.

Svenska Yle har satsat allt mer på utbud där publiken haft möjlighet att delta i planeringen, spåna idéer och medverka på olika sätt. Syftet har varit att skapa mervärde för samhället och stärka Yles roll i den personliga medieanvändningen.

Till de största innehållssatsningarna hörde projektet inom grävande journalistik *Tipsa Spotlight*, där publiken engagerades i att leta fram och fördjupa aktuella teman kring vardagen och det finländska samhället. Redan under den första månaden fick redaktionen över etthundra tips om lämpliga teman.

Svenska Yle har också samarbetat med andra grävande journalister på Yle. Bland annat *Ett tudelat Finland* och temapa-

keten om datajournalistik hörde till det mest lästa innehållet på svenska.yle.fi.

Nyhetsredaktionen har strävat efter att ge en heltäckande bild av Svenskfinland i dag och satsat resurser på djupanalyser och bakgrundsfakta om nyheterna. De stora nyhetshändelserna 2016 krävde hög beredskap och större satsningar än normalt. Högaktuella frågor i de svenskspråkiga kommunerna var bland annat flyktingfrågan, vårdreformen och den svenskspråkiga befolkningens ställning.

Redaktionen gjorde långa direktsändningar på webben och på alla plattformar om olika aktuella nyhetshändelser, som presidentvalet i USA och terrordåden i Bryssel.

Av **radiokanalerna** genomgick Radio Vega en totalförnyelse och nya Yle Vega lanserades hösten 2016. Avsikten med förnyelsen var att ge kanalen en skärpt profil som den svenskspråkiga befolkningens främsta nyhets- och aktualitetskanal och höja reaktionsberedskapen vid aktuella händelser. Mängden nyhetssändningar ökade och regionala sändningar på svenska fick en timme mer sändningstid på förmiddagar i Yle Vega. Även lördag morgnar fick ett större inslag av regionalt utbud. Trots förnyelsen låg Yle Vegas räckvidd per dag och per vecka på samma nivå som året innan. Lyssnartiden ökade ändå något bland de äldsta lyssnarna.

Redaktionen för lärandeinnehåll samarbetade inom Yle, med utbildningsförvaltningen och via Nordvision. Den svenska tjänsten Vetamix har utbud för skolorna samt för alla som vill förkovra sig.

Nytt utbud på svenska för **barn och unga** har skapats främst för webben, för yngre barn på Barnens Arena och för äldre i webbtjänsten Hajbo. Dramaserierna för småbarn, som till exempel *Amanda och Fanny,* har varit mycket populära. Barnredaktionen ordnade en turné med BUU-klubben, som åkte ut till nio orter och nådde tusentals barn och föräldrar.

Svenska Yles satsningar på utbud för den unga publiken har resulterat i videoproduktioner, nya nyhetsformat och nytt

Tongåvan hör till de populäraste programmen i förnyade Yle Vega. I över 50 års tid har programmet sänt önskemusik och samlat pengar för välgörenhet, år 2016 bland annat till barnen i Syrien. På bild redaktören och programledaren Camilla Kivivuori.

Bild: Ilmari Fabritus/Yle Bildtjänst

utbud på ungdomskanalen Yle X3M. Exempelvis kortvideoformatet *explainers* på webben och sociala medier bjuder på lättförståelig information om aktuella frågor.

De stora **sportevenemangen,** som sommar-OS i Rio och fotbolls-EM, var en storsatsning också för den svenskspråkiga sportredaktionen i radio, tv och på webben. Personalen på redaktionen mer än tredubblades under de tre OS-veckorna.

Rapporteringen från *Stafettkarnevalen*, som ordnades i Vasa i maj, var mer heltäckande än någonsin tidigare. Yle visade alla finallopp på Arenan och en del av dem sändes direkt i Yle Fem.

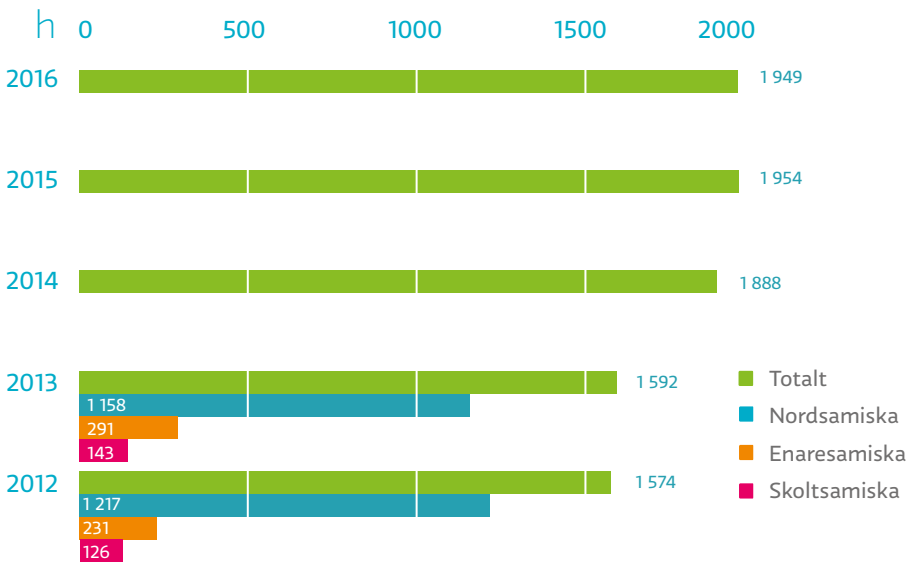
I slutet av året inleddes planeringen av att kanalerna Yle Teema och Yle Fem kommer att dela samma kanalplats, där de starka varumärkena och intressanta innehållet enligt Yle kommer att gagna den finlandssvenska publiken. Till exempel tv-nyheterna på svenska och BUU-klubben kommer att fortsätta på samma sändningstider som hittills även på den delade kanalplatsen. Samtidigt satsar Yle stort på utbudet och tjänsterna på svenska på Yle Arenan.

3.3 TJÄNSTER PÅ SAMISKA

Yles samiskspråkiga redaktion i Enare verkställer public service-uppdraget på samiska. Den spelar en viktig roll för bevarande och revitalisering av de samiska språken och det samiska kulturarvet samt befästning av den samiska identiteten. Yle Sápmi betjänar den samiskspråkiga gemenskapen runtom i Finland.

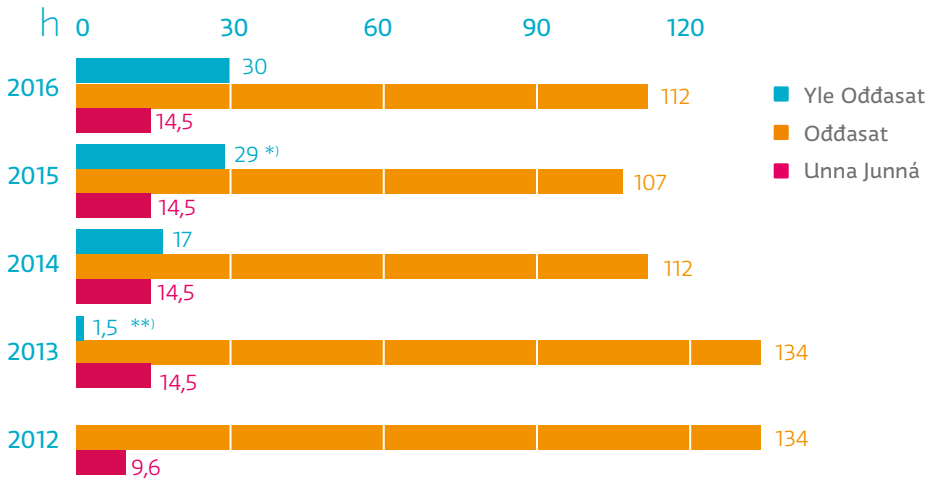
På vardagar producerar redaktionen nyheter, aktualiteter och kulturprogram på samiska samt barn- och ungdomsprogram och andliga program och innehåll på de tre samiska språken i radio, tv och på webben. Yle Sápmi har en egen radiokanal, Yle Sámi Radio, en webbtjänst på

YLE SÁMI RADIOS PROGRAMTIMMAR I RADIO 2012–2016



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

YLE SÁPMIS PROGRAMTIMMAR I TV 2012–2016



Oođđasat Nordiska tv-nyheter på samiska, 15 min. Vardagar på Yle Fem kl. 20.45. Repris följande dag på Yle TV1 kl. 12.15.

Yle Oođđasat Yles egna tv-nyheter på samiska, 5 min. Vardagar på Yle TV 1 kl. 15.15. Repris följande dag på Yle TV1 kl. 12.19. *) programmet började sändas i repris **) fr.o.m. 2.12

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

fyra språk samt i tv ett barnprogram och två nyhetssändningar. Hela utbudet finns också på Yle Arenan.

Yle Sápmi är Finlands mest omfattande och viktiga nyhetstjänst på samiska. Yle Sápmi producerar största delen av sitt utbud på de samiska språken och avviker på så sätt från de samiska redaktionerna i de övriga nordiska länderna som till exempel lägger ut webbnyheter övervägande på riksspråket, det vill säga svenska och norska.

Trots att utgångspunkten är de samiska språken, väljer redaktionen gärna sina teman så att de på ett mångsidigt sätt representerar olika synpunkter och tillför nya röster i samhällsdebatten.

Yle Sápmi arbetar utifrån Yles värderingar och strategi samt rättar sig dessutom efter de samnordiska värderingarna för nyheter på samiska – trovärdighet, mod, publikservice och sametänkande. Enligt nyhetsvisionen är *Oođđasat* den viktigaste källan för information om vad som händer i sameområdena och övriga områden som bebos av urfolk.

Yle Sápmis år skuggades av problem med inomhusluften som uppenbarade sig redan i början av 2015 på redaktionen i Enare. Redaktionen arbetade i olika tillfälliga lokaler, där tekniska och fysiska begränsningar bromsade upp utvecklingen av samarbetet mellan tv och radio. Detta var en av orsakerna till att utvecklingsarbetet fokuserade på nya plattformar för webbutbud.

Yles tjänster på samiska baserar sig inte uteslutande på material från Yle,

utan det är också möjligt att utnyttja material från de samiska redaktionerna i Sverige och Norge. Yle kunde uppfylla sitt utbudsåtagande på samiska enligt Ylelagen trots problemen på grund av inomhusluften.

Av Yle Sápmis medier är webbplatsen den viktigaste nyhetskanalen. Tv öppnar ett fönster till samernas värld och bjuder på upplevelser, och radio är det viktigaste verktyget för språkrevitalisering speciellt för minoritetssamerna.

Under 2016 fokuserade Yle på att följa upp användningstiden för webbinnehåll i stället för antalet nedladdningar. Webbartiklarna på Yle Sápmi hade i medeltal 290 timmar läsartid per vecka.

Under året började redaktionen regelbundet lägga ut videoinnehåll också på sociala medier. Beroende på språkversion fick videoinnehållen som mest 97 000 visningar, jämfört med vanliga videor på samiska som oftast får några hundratal eller högst några tusental visningar.

I likhet med året innan fortsatte Yle Sápmi att noga följa med samepolitiken. Yle Sápmi hade en direktsändning med referat på samiska på Yle Arenan från den officiella invigningen av Sametingets nya mandatperiod. Sändningen var ett samarbete med Sameområdets utbildningscentral. Sametingets konstituerande möte sändes direkt i radio. Den populära liveuppföljningen av Sametingets plenum med hjälp av artiklar som uppdateras hela tiden fortsatte.

Yles egna samiskspråkiga tv-nyheter som sänts sedan slutet av 2013 har ökat sin tittarskara. *Yle Ođđasat* hade i genomsnitt 130 000 tittare per dag 2016 (2015: i genomsnitt 100 000). Förutom nordsamiska använde programvärdarna även enare- och skoltsamiska.

I november inleddes samnordiska direkta morgonsändningar i samarbete med de samiska redaktionerna i Norge och Sverige. Dessutom ökade användningen av enare- och skoltsamiska tack vare direktsändningen mitt på dagen.

Förutsättningarna för barnens tv-program *Unna Junná* hölls oförändrade. År 2016 producerade Unna Junná sammanlagt 30 programavsnitt på de tre samiska språken. Med fokus på barnmusik producerades musiklekstunder på de tre samiska språken samt liveinspelningar från en konsert med barnmusik. Arbetet av den planerade egna webbplatsen framskred inte.

Radioprogrammet *Sohkaršohkka* för unga vuxna fortsatte som tidigare. Utöver ett radioprogram varje vecka tog redaktörerna fram innehåll för sociala medier, som videor från festivaler och evenemang. De assisterades av nya praktikanter och medhjälpare på de tre samiska språken.

Ett pilotprojekt var tv-programmet *Sohkaršohkka-tv* som riktade sig till unga vuxna. Programmet gjordes på de tre samiska språken och i samarbete med Centret för konstfrämjande och Sameområdets utbildningscentral. Pilotprogrammet fick 650 tittare på Yle Arenan.

Arbetet med att digitalisera Yle Sámi Radios arkiv framskred. En heltidsanställd person började bygga upp Elävä Arkisto–Arkivet på samiska. Arbetet finansieras från den befintliga budgeten genom att minska på radioproduktionerna. Arkivet innehåller ovärderligt kulturmaterial ända sedan 1970-talet på de tre samiska språk som talas i Finland. Digitaliseringen är ett samarbete med samiska kulturarkivet vid Giellagasinstitutet.

Digitaliseringen och arkivet på samiska lanseras på samernas nationaldag 2017, när Finland fyller 100 år och Yle Sápmi 70 år. Samtidigt firas också 100-årsjubileet av samernas första nordiska sammankomst.

Yle Sápmis programtimmar 2011-2016

Yle Sápmis programtimmar i radio hölls oförändrade. Det är omöjligt att exakt specificera de olika samiska språkens

timmar av radioutbudet eftersom samtliga tre språk hörs under dagen och används av programvärdarna varje dag. De tre språkens relativa andelar är i stort sett oförändrade.

3.4 TJÄNSTER FÖR SPECIALGRUPPER OCH ANDRA MINORITETER

I lagen om Rundradion Ab åläggs Yle att främja jämställdhet, tolerans och kulturell växelverkan. Yle ska tillhandahålla tjänster för specialgrupper för vilka det övriga medieutbudet i Finland är litet.

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

I Yles utbud innebär mångfald att personer med olika bakgrund, språkliga och kulturella minoriteter, åldersgrupper, lokalsamhällen, livsstilar och personer som på grund av en funktionsnedsättning är i en utsatt position uppmärksammas på lika grunder i Yles innehåll.

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

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

Programmet på 15 minuter innehåller aktualiteter om romerna och den romska kulturen samt nyheter på romani. Det spelar en viktig roll för bevarandet och utvecklingen av romani. Producenten och redaktören för Romano Mirits gick i pension våren 2016, och Yle utnämnde en ny producent för programmet. Två frilansredaktörer gör programmet i samarbete med den romska gemenskapen.

I den sexdelade dokumentären på finskt teckenspråk *Jarkko och de dövas Amerika* (Jarkko ja kuuro Amerikka) hälsade globetrottern Jarkko Keränen, som själv är döv, på framgångsrika döva personer i USA.
Bild: Petri Vilén

Yle News – nyheter på engelska: i Yle TV1, Yle Radio 1 och Yle Mondo samt på webben och 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 i tv kl. 15.05 har haft i genomsnitt 150 000 tittare. Genom en omstrukturering som inleddes i slutet av 2016 ska mer av utbudet ges ut på webben och sociala medier. Med ett starkare och mångsidigare utbud på webben och mobila plattformar och nyheter framöver i radio kan redaktionen betjäna målgruppen bättre än tidigare.

Novosti Yle – nyheter på ryska: i Yle TV1, Yle Radio Suomi samt på webben och sociala medier.

Den främsta målgruppen för Novosti Yle är de ryssar som bor i Finland samt personer som är intresserade av ryska språket. År 2016 levererade redaktionen nyheter för tv, radio, webben och sociala medier. Dessutom gjorde den A-Studio på ryska.

Novosti Yle i tv kl. 16.50 har haft i genomsnitt 250 000 tittare. Däremot nådde de sena radionyheterna på ryska inte ut till sin publik och lades ner i början av 2017. Dessa resurser överförs till webbjournalistiken.

Yle Nyheter på lätt finska är daglig nyhetsbevakning i radio och på webben för personer med svårigheter att förstå tal eller skriven text. De passar till exempel personer som studerar finska och många äldre lyssnar också gärna på dem. Nyheterna på lätt finska sänds kvällstid på Yle Radio Suomi och flera gånger om dagen på Yle Mondo. Sedan 2015 har Yle sänt nyheter på lätt finska i Yle TV1, vardagar kl. 15.05.

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

Trafikparkspoliserna Maltti (Jerry Mikkelinen) och Valtti (Jussi Ollila, till vänster) från Lilla Tvåan reder ut trafikregler som barnen bör känna till och löser också andra större och mindre problem som de stöter på i livet. Avsnitt av *Maltti och Valtti* finns också på finskt teckenspråk på Yle Areena.

Bild: Laura Pohjavirta/Yle Bildtjänst

SPECIALTJÄNSTER I PROGRAMTIMMAR 2016

TV-KANALERNA, YLE ARENAN

- *Oðđasat 91 timmar*
- *Yle News 29 timmar*
- *Novosti Yle 26 timmar*
- *Yle Nyheter på finskt teckenspråk 26 timmar*
- *Pressklubben på finskt teckenspråk 9 timmar*
- *A-Studio på finskt teckenspråk 7 timmar*
- *Yle Uutiset Viikko på finskt teckenspråk 6 timmar*
- *Yle Nyheter på lätt finska 20 timmar*
- *Unna Junná 14 timmar*
- *Barnprogram versionerade till finskt teckenspråk 5 timmar*

RADIOKANALER

- *Romano mirits 13 timmar*
- *Yle News 18 timmar*
- *Novosti Yle 24 timmar*
- *Nyheter på lätt finska 30 timmar*

Yle använder sammanlagt cirka tre miljoner euro på dessa specialtjänster.

Tjänster på finskt teckenspråk

För personer med nedsatt hörsel har Yle **tv-nyheter på finskt teckenspråk** varje dag samt webbvideor på sociala medier. Teckenspråksredaktionen gör en veckoöversikt över de viktigaste nyhetshändelserna på söndagar. Även riksdagens frågestund och program kring val har tolkning till finskt teckenspråk. År 2016 producerade Yle sändningar på finskt teckenspråk från presidentens mottagning på självständighetsdagen, utlysningen av julfriden och A-Studio.

Också i övrigt har Yle de senaste åren ökat programutbudet på finskt teckenspråk för personer med nedsatt hörsel, såsom sagor på teckenspråk för barn på Yle Arenan. Nya serier i Lilla Tvåan som fick tolkning till finskt teckenspråk var *Morgon med Nalle* (Nallen aamu), *Millä mennään* och avsnitt av *Riku och Rami* (Riku ja Rami). Sommaren 2016 sände Yle den nya sexdelade serien *Jarkko och de dövas Amerika* (Jarkko ja kuuro Amerikka), som var väldigt omtyckt.

Finlands Dövas Förbund tilldelade Yle priset Årets teckenspråksbragd 2016 för Yles utbud 2016.

Tillgänglighet

Yles mål är att förbättra tillgängligheten på alla plattformar. Tillgängligheten i utbudet och tjänsterna bidrar till jämlikhet genom att de betjänar förutom specialgrupper även andra som använder tjänsterna. Yle utvecklar tillgängligheten i tjänsterna i samarbete med användare och intresseorganisationer för olika specialgrupper.

Nya tekniska lösningar, som artificiell intelligens och taligenkänning, kan i framtiden ge nya alternativ för bland annat textning av tv-program. Taligenkänning kunde användas för att göra radioprogram mer tillgängliga för döva och personer med nedsatt hörsel. Yle ordnade tillsammans med samarbetspartner flera test inom automatisk innehållsanalys där man har prövat olika möjligheter för automatisk skildring av både bild och ljud.

Resultaten från testerna är uppmuntrande men det behövs ännu en hel del teknisk utveckling innan de är färdiga för allmänt bruk. Tv-textning av hög kvalitet kommer ännu länge att kräva mänskligt arbete.

Yle kommer att testa direkttextning vid flera tillfällen under 2017.

Yles nyhets- och sportsajter har sedan våren 2015 haft stämpeln **Esteettömyys huomioitu** (Tillgänglighet beaktad). Stämpeln är en symbol för att webbplatsen tar hänsyn till olika användargruppers behov.

Textning och tolkning av program

Yle producerar undertextning av två olika slag, nämligen översättningstextning och programtextning. Översättningstextningen är alla finländare vana vid att läsa när det talas ett främmande språk i ett tv-program. Yle har översättningstextning i alla tv-program på främmande språk. Yle Fems program textas till både svenska och finska.

Med **programtextning** avses textning av finskspråkiga program på finska och svenskspråkiga program på svenska. Programtextning finns främst till för tittare med nedsatt hörsel, uppskattningsvis över 700 000 personer i Finland. Textningen är också till hjälp för invandrare, personer som studerar språket och exempelvis föräldrar som vill skruva ner ljudet på tv:n när barnen sover.

År 2016 hade Yle skyldighet att förse samtliga tv-program på finska och svenska med programtextning, med vissa undantag. Yle uppfyllde den lagstadgade textningsskyldigheten i alla kanaler, utom i direktsändningar i Yle TV1. De textade programmens andel var cirka 90 procent.

Textningsskyldigheten är en stor utmaning för Yle, eftersom den tekniska utvecklingen på området har varit långsammare än väntat och det inte är möj-

ligt att ha högkvalitativ textning i många direktsända debattprogram. Trots utmaningarna arbetar Yle för att öka textningen speciellt på svenska.

Kommunikationsministeriet beslöt att tillfälligt (2017 och 2018) ge efter på textningsskyldigheten för att kraven skulle vara mer realistiska och ge tid för framtagning av tekniska lösningar.

Tittarna kan aktivera programtextning genom att ange holländska som textningsspråk i sin mottagare. Programtextning finns både i tv och på Yle Arenan, med undantag för vissa mobila plattformar.

Ljudtextning är en tjänst för personer med nedsatt syn och lässvårigheter. Ljudtextning går ut på att texten i rutan förvandlas till syntetiskt tal. Tittarna kan ta del av tjänsten genom att ange holländska som ljudval i sin mottagare. Yle har ålagts att tillhandahålla ljudtextning i alla program med översättningstextning, med vissa undantag.

I slutet av 2016 påtalade representanter för Synskadades förbund brister i ljudtextningen av inlägg på främmande språk i Yles nyhets- och aktualitetsprogram. Enligt Kommunikationsverkets tolkning är Yle inte genom lag skyldigt att ha ljudtextning i dessa program när det huvudsakliga språket är finska eller svenska. På de synskadades begäran strävar Yle efter att avhjälpa situationen så fort som möjligt.

Syntolkning är en tjänst som går ut på att synförnimmelser beskrivs med ord. De senaste åren har Yle varje år visat ett dramaprogram med syntolkning. År 2016 förverkligades detta inte eftersom det saknades lämplig inhemsk produktion. Det finns preliminära planer för syntolkning av en inhemsk film som blir klar 2017.

3.5 ANDAKTSPROGRAM

År 2016 var ett jubileumsår för de svensk- och finskspråkiga andaktsprogrammen med anledning av den första radierade gudstjänsten 12 september 1926, som var Rundradions tredje verksamhetsdag. Tammerfors domkyrka var även platsen för den finskspråkiga jubileumsmässan 11 september 2016 som sändes i både radio och tv. Den svenskspråkiga jubileumsmässan sändes från Johanneskyrkan i Helsingfors, det vill säga från precis samma plats som den första gudstjänsten 1926. En sändning med historiskt betydelsefullt innehåll var också högtidligheterna med anledning av jubileumsåret av reformationen, med en bönestund med påven och ledare för den lutherska kyrkan i Lund i slutet av oktober.

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

Högsta organet är Rundradions övervakningsorgan för andaktsprogram, som godkänner sändningsplanerna och ser till att de olika 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 KI som även samordnar andaktsprogrammen.

Andaktsprogrammen på finska har en rätt så väletablerad lyssnarskara. Lyssnarsiffrorna för radioandakterna var oförändrade, men radiogudstjänsterna tappade 13 procent av sina lyssnare. Den långa negativa trenden i tv bröts 2015 och tittarsiffrorna ökade med 7 procent 2016. Allt fler tittare och lyssnare tar del av andaktsprogrammen på webben.

I tv har nya programformat introducerats, som *Nojatuolikirkko* (Fåtöljkyrkan) och musikgudstjänsten *Riemulaulut* (Glädjesånger), som tilltalar även något yngre målgrupper. Majoriteten av dem

som tittar på gudstjänsterna är äldre personer.

Yle TV1 sänder gudstjänster på söndagar och kristna helger och dessutom andaktsprogram med repris på nästföljande vardagar. Sammanlagt visade kanalen 36 finskspråkiga tv-gudstjänster, av vilka 11 sändes direkt. Yle sände fem fria kyrkosamfunds och församlingars gudstjänster, tre ortodoxa gudstjänster och en katolsk gudstjänst. I utbudet ingår även andaktsprogrammet *Droppen* (Pisara), där gästerna berättar om sitt förhållande till Bibeln.

Radiosändningar på finska ingår varje söndag och på kyrkliga helger. Radiosändningarna är oftast direktsändningar från gudstjänster runt om i Finland. Andelen inspelningar har ökat något.

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

ANDAKTSPROGRAMMENS TITTARANTAL I TV I GENOMSNITT 2016

YLE TV1

- *Tv-gudstjänster, totalt* *129 000*
  - *lutherska* *140 600*
  - *ortodoxa* *68 000*
  - *fria kyrkosamfund och församlingar* *113 600*
  - *katolska* *62 000*
- *Tv-gudstjänster, repris* *47 700*
- *Droppen* *111 800*
- *Droppen, repris* *85 800*

YLE FEM

- *Gudstjänster* *12 000*
- *Gudstjänster, repris* *12 000*
- *Himlaliv, nya avsnitt och repri* *29 600*

ANDAKTSPROGRAMMENS LYSSNARANTAL I RADIO I GENOMSNITT 2016

YLE RADIO 1

- *Morgonandakt mån.–lör. kl. 6.15* *55 000*
- *Morgonandakt mån.–lör. kl. 7.50* *37 000*
- *Aftonandakt mån.–fre. kl. 18.50* *70 000*
- *Aftonandakt lör. kl. 18* *119 000*
- *Gudstjänst sön. kl. 10* *166 000*
- *Andra än lutherska gudstjänster /Horisontti sön. kl. 11* *21 000*

YLE VEGA

- *Andrum* *18 000*
- *Andrum, repris* *37 000*
- *Aftonandakt* *15 000*
- *Gudstjänster* *27 000*

lockar flest lyssnare till kanalen. På programplatsen klockan 10 sändes evangelisk-lutherska gudstjänster (60 st.) och klockan 11 turvis fria kyrkosamfunds och församlingars (35 st.), ortodoxa (22 st.) och katolska (3 st.) gudstjänster.

Andaktsprogrammen på svenska på Svenska Yles kanaler har en etablerad tittar- och lyssnarskara och 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 2016 sände kanalen tio gudstjänster på svenska. Måndagskvällar sänds halvtimmesprogrammet *Himlaliv*, där människor dryftar andliga frågor ur ett individuellt perspektiv. Avsnitten sänds i repris på söndagar. Under året visades femton nya avsnitt i serien.

Yle Vega förnyades under hösten. Detta påverkade varken andaktsprogrammen eller lyssnarsiffrorna men den långa traditionen med helgmålsringning på lördagskvällen avskaffades i och med förnyelsen. Radiogudstjänster sänds varje söndag och på de kyrkliga helgerna. År 2016 var antalet sändningar sammanlagt 63.

Morgon- och aftonandakterna *Andrum* och *Aftonandakt* sänds vardagar från måndag till fredag. På lördagar sänds också en morgonandakt och på söndagar *Ett ord om helgen* på morgonen och en aftonandakt. Lyssnarsiffrorna är i stort sett desamma som året innan.

3.6 PROGRAMUTBUD FÖR UTLANDET

Webbtjänsten **Yle Arenan** är den viktigaste tjänsten för det finländska programutbud som kan ses i utlandet. Alla Yles radiokanaler kan följas i direktsändning på Arenan, med undantag för den digitala radiotjänsten Yle Mondo. År 2016 kunde ungefär hälften av det totala tv-utbudet på Arenan ses utanför Finlands gränser. Av de inhemska programmen kunde största delen ses överallt i världen på Yle Arenan, och praktiskt taget hela utbudet av nyhets- och aktualitetsprogram.

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

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

Utbudet på TV Finland sammanställs av utbudet på Yle TV1, Yle TV2, Yle Fem och Yle Teema. Det bjuder på ett brett urval av finländska filmer, dramaserier, aktualiteter, fakta- och debattprogram, barnprogram samt musik och underhållning. År 2016 sände TV Finland 4 747 timmar (2015: 4 990 timmar).

Text-tv kan ses i utlandet via webben och på mobila plattformar.

3.7 SÄKERHET, BEREDSKAP SAMT MYNDIGHETSINFORMATION

Säkerhet

Yle ordnar säkerhetsutbildning för sina medarbetare med tanke på olika risksituationer och hot. År 2016 utbildade Yle tolv utrikesmedarbetare som arbetar i krisdrabbade områden. De medarbetare som åkte till sommar-OS fick utbildning om de sannolika riskerna i Rio och hur de skulle hantera dem. Även bolagsledningen övade åtgärder för allvarliga hotsituationer. Yles medarbetare klarade OS utan problem.

Beredskap

I april deltog Yle i en räddningsövning på Lovisa kärnkraftverk, med simulering av en omfattande nyhetshändelse av internationellt intresse.

Yle genomförde sin egen beredskapsövning i början av oktober 2016 i samarbete med försvarsmaktens beredskapsövning TIETO. Enligt återkopplingen upplevde medarbetarna att övningen var behövlig och meningsfull. Som en medlem i Mediepoolen deltog Yle i TIETO-övningens samtliga tre moduler.

Den 2014 inledda uppbyggnaden av ett reservdatacenter avslutades. Projektet stärker återhämtningsförmågan hos Yles ICT-tjänster vid omfattande incidenter och sprider Yles kritiska tjänster till olika datacentra. Yle har stärkt nivån på informationssäkerheten via flera andra projekt under 2016. Till dem hörde bland annat projekt för effektivare hantering av sårbarheter och uppdagande av incidenter i det interna nätet.

Yle och Digita har utrett satellitbaserade alternativ för att trygga ljudöverföring till radiosändarna vid telekommunikationsstörningar. Yle och Digita kommer att lämna ett projektförslag till Försörjningsberedskapscentralen för fortsättning av projektet. Försörjningsberedskapscentralen kommer sedan att behandla förslaget och begära utlåtanden för ett finansieringsbeslut under 2017.

Myndighetsinformation

Yle utvecklade systemet för förmedling av varningsmeddelanden genom att automatisera distributionen av meddelandena inom Yle till de olika avdelningarna för publicering. Systemet kompletteras medan nödcentralerna successivt inför det nya datasystemet ERICA. Samtidigt har man utrett möjligheterna för användning av förvaltningens säkerhetsnät (TUVE) för förmedling av meddelanden från nödcentralerna till Yle.

Yle effektiviserade spridningen av varningsmeddelanden genom att bereda plats för dem i Nyhetskollen.

Kriminalserien *Sorjonen* var en av årets populäraste dramaserier både i tv och på Yle Arenan. På den internationella marknaden säljs serien under namnet *Bordertown*. Elitutredaren Kari Sorjonen från CKP spelades av Ville Virtanen (till höger) och hans dotter Janina av Olivia Ainali.

Bild: Fisher King Production 2016

OBEROENDE INHEMSKA PRODUCENTERS ANDEL AV FÖRSTASÄNDNINGARNA AV INHEMSKA PROGRAM 2011–2016, %*

	YLE TV1	YLE TV2	YLE TEEMA	YLE FEM	TOTALT
2016	13,1	42,1	18,1	40,8	22,9
2015	11,8	29,4	26,1	42,4	20,6
2014	11,9	31,8	37,1	52,0	25,8
2013	12,9	34,3	37,8	61,5	30,9
2012	11,6	19,8	40,9	56,0	24,1

* exkl. nyheter och sport uppgick antalet timmar 2016 till sammanlagt 2 391 (-40 timmar jämfört med 2015).

3.8 INHEMSKA PRODUCENTERS ROLL I YLES UTBUD

3.8

Programinköp från finländska producenter utgör en viktig del av Yles public service. Målet är att public service-inköpen ska bidra till livskraften och fortlevnaden i den kreativa branschen utanför bolaget. Enligt den parlamentariska arbetsgruppens förslag ska Yle öka inköpen av program och tjänster betydligt de närmaste åren.

År 2016 köpte Yle inhemska program för 24,6 miljoner euro, vilket var 2,8 miljoner euro mindre än året innan. Produktionsbolagens särskilda och allt större ansvarsområde i Yles utbud är att nå de kundsegment, som unga vuxna, som är svåra för Yle att nå. Av detta har man fått goda erfarenheter.

Yles fokus i inhemska programinköp är att de ska hålla internationell standard och att även krävande tittare ska anse att den inhemska produktionen är högklassig. Det internationella intresset för finländska program fortsatte att öka 2016.

Utöver programinköp medverkar Yle i produktutvecklingen inom olika genrer i samarbete med finländska produktionsbolag. Exempel på lyckad produktutveckling är dramaserierna *Sorjonen* och *Puls* (Syke) som vunnit flera finländska pris, samt musikprogrammet *SuomiLOVE*. Vid början av 2017 hade visningsrätter för kriminalserien *Sorjonen* sålts till nästan 40 länder. I Sverige har *Puls* (Syke) gjorts om till en version som går under namnet *Syrror*.

Inhemska programformat utgör en viktig exportprodukt i framtiden. Yle har en viktig roll som facilitator av affärsverksamhet och innehållsutveckling inom den kreativa branschen.

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

År 2016 deltog Yle i finansieringen av tretton nya långfilmer, däribland Aki Kaurismäkis *Ljus i natten*, Aku Louhimies *Okänd soldat* samt tre barnfilmer. När det gäller dokumentärer och kortfilmer är Yle i praktiken det enda mediebolaget som deltar i finansieringen av dem. Yles förköp av visningsrättigheterna står ofta för 10–30 procent av den totala finansieringen.

År 2016 var inhemska producenters andel av förstasändningarna i tv 22,9 procent, jämfört med 20,6 procent året innan.

JAK-15

Yles värde för finländarna

4

- **Finländarna anser att Yle har lyckats väl i sitt public service-uppdrag.**
- **Yle nådde ut till 70 procent av finländarna varje dag och 93 procent varje vecka.**
- **Yle Radio Suomi är fortfarande den mest lyssnade radiokanalen och Yle TV1 den mest tittade tv-kanalen i Finland.**

4.1 YLE OCH PUBLIC SERVICE-UPPDRAGET

4.1

Finländarna värdesätter Yles public service och anser fortfarande att bolaget är betydelsefullt för samhället. Detta framgår av den årliga kanalimageundersökningen med vilken Yle följer med utfallet för sitt public service-uppdrag.

På skalan 1–10 fick Yles betydelse för samhället betyget 8. Yles betydelse i finländarnas egna medieanvändning fick betyget 7,1. Detta motsvarar de uppsatta målen för 2016.

Yle nådde med andra ord varje vecka ut till under 45-åringar enligt målet och till hela befolkningen nästan enligt plan. Däremot är dygnsräckvidden en stor utmaning för Yle i den rådande globala konkurrensen.

Yle är ett public service-bolag och har inte som mål att öka sina marknadsandelar, utan att stärka sin publikrelation och sitt värde för samhället. Räckvidd beskriver användningen av Yles tjänster, hur väl Yle med sitt utbud lyckas betjäna alla finländare, inklusive svårflörtade publiksegment. Dessutom utvärderas framgången i public service-uppdraget genom Yles värde för individer och samhället.

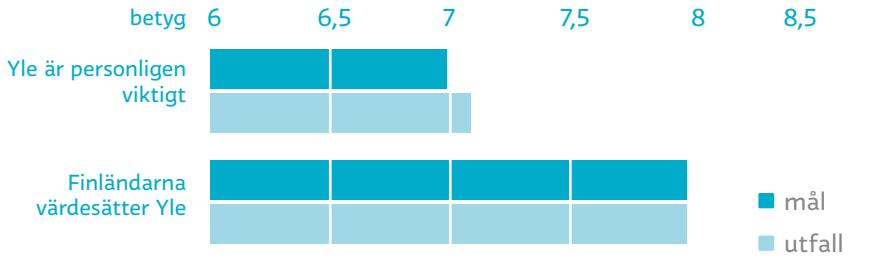
Finländarna anser att Yle överlag har lyckats bra i sitt public service-uppdrag. Bedömningen underbyggs av undersökningen Hur värdefullt är Yle för finländarna som kartlägger finländarnas uppfattningar om Yle som samhällsaktör och leverantör av medieutbud och medietjänster. I utredningen frågas bland annat vad finländarna ser som Yles viktigaste uppdrag och hur väl Yle har lyckats.

I fråga om Yles utbud och tjänster betonar finländarna alltjämt tillförlitlig information, nyheter och fakta. Informationens betydelse är synnerligen viktig under undantagsförhållanden, som vid kriser och olyckor. Bland tio-i-topp fanns också trygga barnprogram, inhemskt utbud på det egna modersmålet, allmänbildning, tjänster för specialgrupper samt regionalt och lokalt utbud. Finländarna upplevde det också som viktigt att de genom Yle bättre kan förstå händelserna i samhället och ute i världen.

Alla förväntningar uppfylls inte, det finns också rum för förbättring. Över 90 procent av finländarna anser att Yle överlag har skött sitt public service-uppdrag åtminstone rätt bra. På en skala från 1 till 6 får Yle betyget 4,8.

Finländarna anser att Yles utbud och tjänster har profilerat sig på ett positivt sätt i det övriga medieutbudet.

YLES KUNDMÅL OCH UTFALL 2016



Källa: Kanalimageundersökning hösten 2016/Utgivning, Yle

I anknytning till strategin Mitt bland oss införde Yle nya mål och indikatorer för kundrelationer:

1. YLE NÅR ALLA FINLÄNDARE.

- *Mål: Yle når ut till 75 procent av finländarna varje dag och 95 procent varje vecka*
- *Utfall 2016: Yle nådde ut till 70 procent av finländarna varje dag och 93 procent varje vecka*

- *Mål: Yle når ut till 50 procent av finländarna under 45 år varje dag och 86 procent varje vecka*
- *Utfall 2016: Yle nådde ut till 44 procent av finländarna under 45 år varje dag och 87 procent varje vecka*

- *Mål: Arenan och tv når tillsammans ut till 63 procent av finländarna varje dag*
- *Utfall 2016: Arenan och tv nådde tillsammans ut till 59 procent av finländarna varje dag*

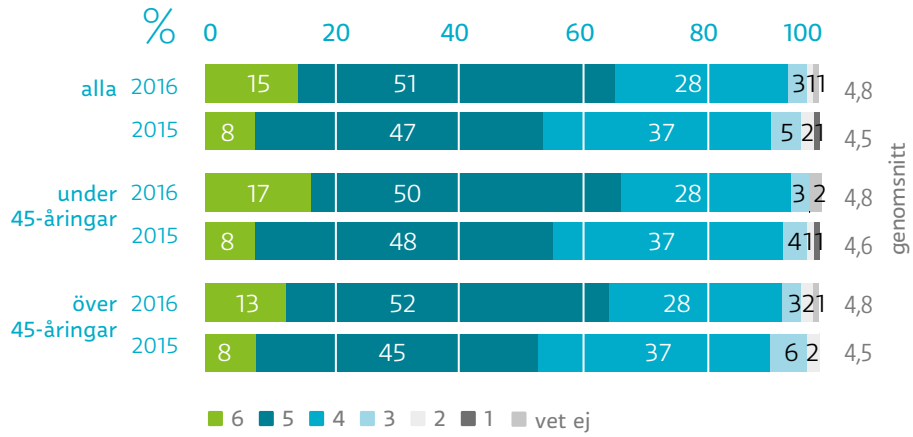
2. YLE ÄR PERSONLIGEN VIKTIGT.

- *Mål: Finländarna ger Yles betydelse för den personliga medieanvändningen betyget 7/10*
- *Utfall 2016: Finländarna gav Yles betydelse för den personliga medieanvändningen betyget 7,1*

3. FINLÄNDARNA VÄRDESÄTTER YLE.

- *Mål: Yles betydelse för samhället får betyget 8/10*
- *Utfall 2016: Yles betydelse för samhället får betyget 8,0*

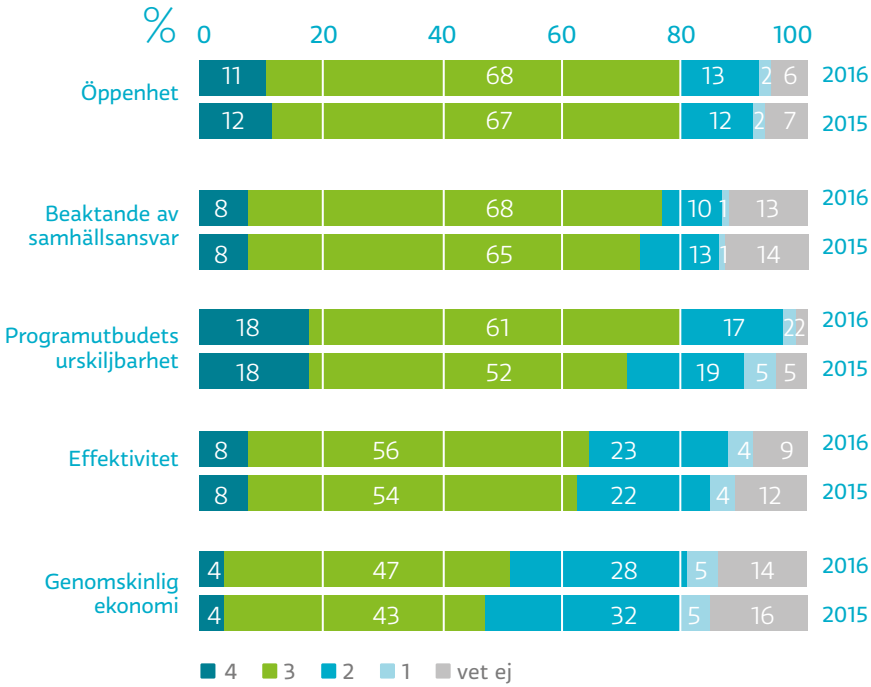
HUR VÄL HAR YLE LYCKATS I SITT PUBLIC SERVICE-UPPDRAG 2015–2016



6 = mycket bra 1 = mycket dåligt 2016, n = 1006

Källa: Hur värdefullt är Yle för finländarna 2016/Taloustutkimus

YLES ANSVAR INOM OLIKA DELOMRÅDEN 2015–2016



4 = mycket bra 1 = mycket dålig 2016, n = 1006

Källa: Hur värdefullt är Yle för finländarna 2016/Taloustutkimus

Yle anses också allmänt vara öppet och ansvarsfullt. Precis som tidigare år får Yle det lägsta betyget för transparensen i informationen om sin ekonomi. Av finländarna är 67 procent åtminstone ganska nöjda med Yles finansiering och 74 procent anser att de får bra eller rätt så bra valuta för Yleskatten.

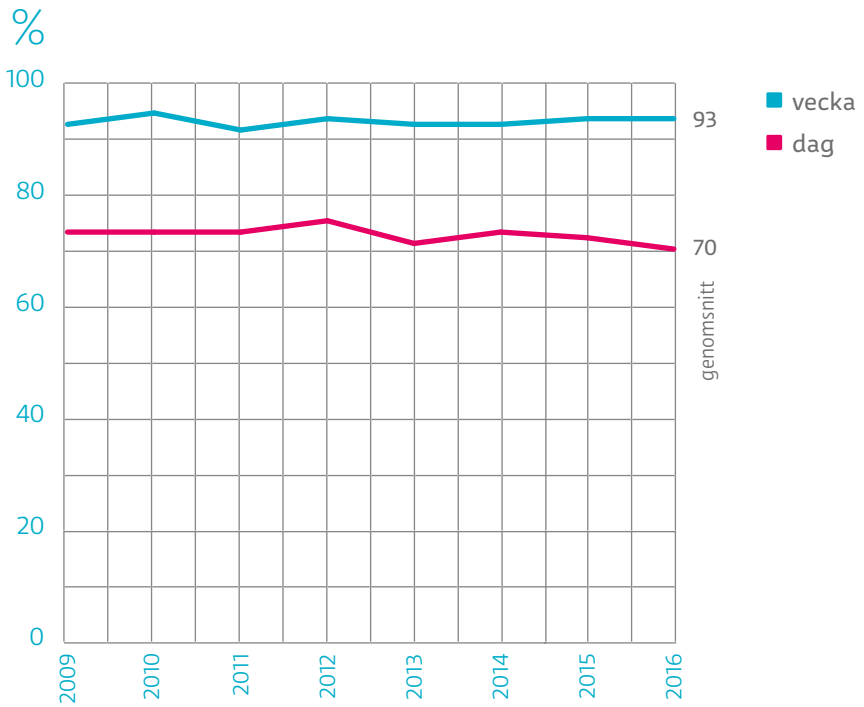
4.2 4.2 YLES PUBLIKRELATION I TV, RADIO OCH PÅ WEBBEN

Tv

Tv har behållit sin starka position hos hela befolkningen, trots att tittandet speciellt bland ungdomar och unga vuxna har antagit nya former. År 2016 tittade finländarna på tv i genomsnitt 2 timmar 52 minuter per dag, vilket är något mer än året innan. Veckoräckvidden för Yles kanaler var 82 procent av befolkningen och för tv totalt 91 procent, som året innan.

Den dagliga räckvidden för Yles tv-kanaler låg också på oförändrad nivå, det vill säga 57 procent av finländarna. Räckvidden för MTV3 var 51 procent, Nelonen Media 43 procent och Discovery Networks Finland 24 procent. Jämfört med 2015 sjönk MTV:s dagliga räckvidd, medan Nelonen Medias ökade något.

YLES VECKO- OCH DYGNSRÄCKVIDD 2009–2016



15+-befolkningen
Källa: Kanalimageundersökning hösten 2016/Utgivning, Yle
Obs. Före våren 2015 ingick Yles sociala mediekanaler inte i vecko- och dygnsräckvidden.

Stora sportevenemang ökade tittartiden för Yle och gav Yles andel av tv-tittandet ett lyft till 45 procent. De inhemska kommersiella kanalernas andel minskade men uppgick ändå till hälften av tittartiden 2016.

Flest tittare i Yles utbud hade sport, inhemskt drama och underhållning. Inom sporten lockade junior-VM i hockey, EM i friidrott, EM i fotboll och OS i Rio stor publik. På faktaområdet var finländarna speciellt intresserade av konceptet Naturåret och de program och kampanjer som ingick i det.

Tv-program med flest tittare på Yles kanaler, utöver nyheter och sport, var

YLE TV1

- *Självständighetsdagen: Fest på slottet*
- *Jägarna (Eränkävijät)*
- *YleLeaks*
- *Hemmasalongen: Korpelas gatlopp (Korpelan kujanjuoksu)*
- *Hemmasalongen: Sorjonen*
- *Nyhetsläckan (Uutisvuoto)*

YLE TV2

- *Tävlingen för ny musik (Uuden Musiikin Kilpailu)*
- *Puls (Syke)*
- *Betrodd man (Luottomies)*

YLE TEEMA

- *Volga på 30 dagar (Volga 30 päivässä)*
- *Okänd soldat (Tuntematon sotilas)*
- *Talvista Lappia postiauton ikkunasta*

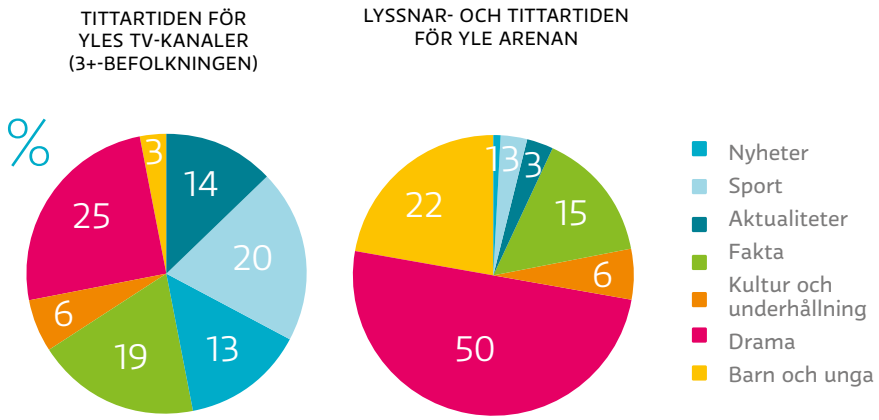
YLE FEM

- *Bedrägeriet (Petos)*
- *I mopedbil genom Finland (Mopoautolla halki Suomen)*
- *Dok: Suviseurat, synden, förlåtelsen och himlen (Suviseurat, synti, sovitus ja taivas)*
- *Strömsö*

YLE ARENAN

- *Puls (Syke)*
- *En ny dag (Uusi päivä)*
- *Betrodd man (Luottomies)*
- *Hemmasalongen: Sorjonen*
- *Vov-patrullen (Ryhmä Hau)*

TITTARTIDEN FÖR YLES TV-KANALER OCH ANVÄNDNINGEN AV YLE ARENAN PER GENRE 2016



Källa: TV-mätarundersökning/Finnpanel, Adobe/comScore; Utgivning, Yle

Yles regionala tv-nyheter fortsatte att öka i popularitet och fick bättre tittarsiffror än tidigare. År 2016 hade de regionala nyheterna på finska på TV1 kl. 17.06 i genomsnitt drygt 544 000 tittare och sändningen kl. 18.22 hade över 600 000 tittare.

Tittartiden hos den **svenskspråkiga** befolkningen i Finland var nästan en halvtimme mindre än hos finländarna i genomsnitt, totalt 2 timmar 25 minuter. Jämfört med året innan minskade tittartiden med sju minuter.

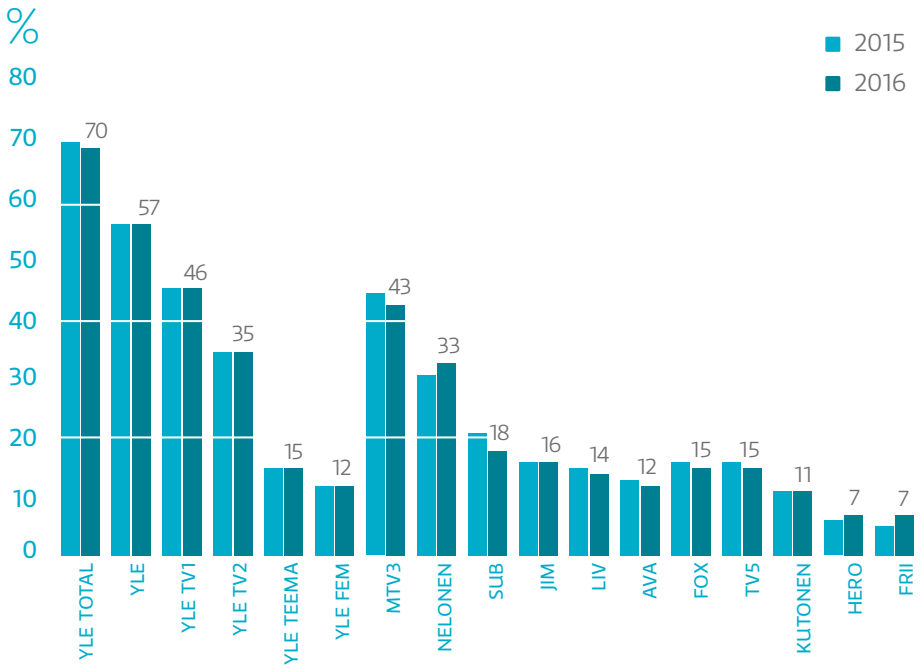
Yles andel av den totala tv-tittartiden var 40 procent och de inhemska kommersiella kanalernas andel var 33 procent. Svenska rundradiobolaget SVT:s andel var 8 procent av tittartiden. Även 2016 hade Yle TV1 de bästa tittarsiffrorna.

Yles svenskspråkiga kanal Yle Fem nådde ut till 31 procent av den svenskspråkiga befolkningen varje dag och 63 procent varje vecka. Räckvidden minskade något jämfört med året innan. Yle Fems andel av allt tv-tittande var fortfarande 9 procent.

Radio

Lyssnartiden för radio har inte egentligen påverkats av medieomvälvningarna. Av befolkningen över nio år lyssnade 94 procent på radio under veckan. Under en genomsnittlig dag nådde radion 75 procent av befolkningen. Räckvidden för Yles radiokanaler var 56 procent per vecka och 38 procent per dag. Jämfört med året innan hade räckvidden minskat något.

TV-KANALERNAS RÄCKVIDD PER DAG 2015–2016



4+-befolkningen
Källa: TV-mätarundersökning/Finnpanel; Utgivning, Yle

Finländarna lyssnade på radio i genomsnitt 3 timmar och 1 minut, vilket var en återhämtning tillbaka till nivån 2014. Yles andel av lyssnartiden var 49 procent, vilket var en procentenhet mindre än året innan. Yle Radio Suomi är fortsättningsvis Finlands mest lyssnade radiokanal, med en andel på 32 procent av lyssnartiden, precis som föregående år.

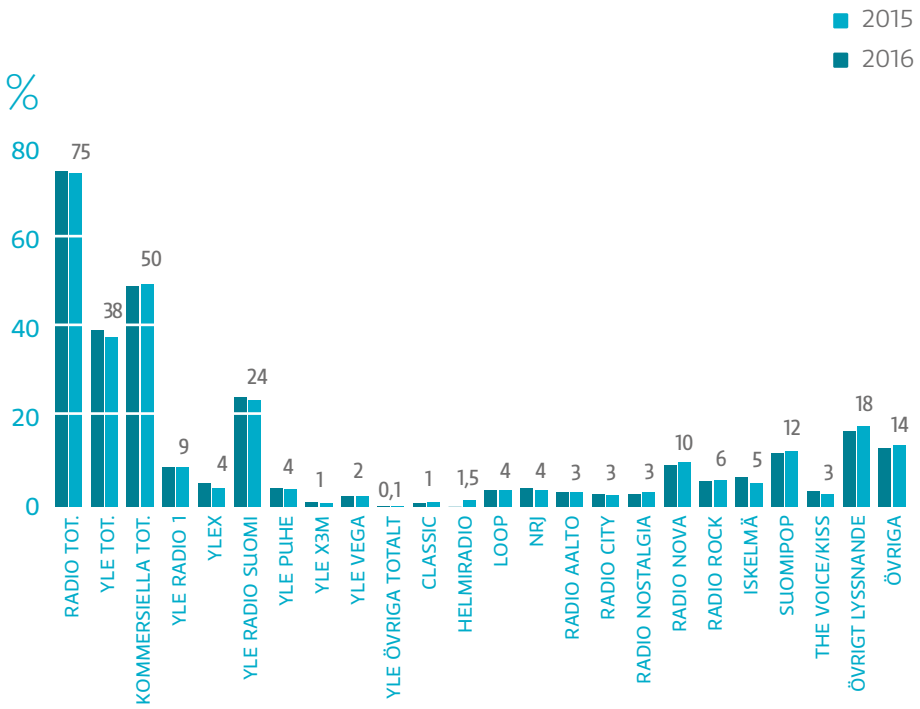
RADIOPROGRAM MED FLEST LYSSNARE

- *Yle Radio Suomi: Onnen sävel*
- *Yle Radio 1: Ykkösaamu*
- *YleX: Poikelus ja Hätönen*
- *Yle Puhe: Puheen Päivä/Politiikkaradio*
- *Yle Vega: God morgon Svenskfinland*
- *Yle X3M: Succémorgon*

I **regionalradio** sänder Yle Radio Suomi både rikstäckande och regionalt utbud i 18 regioner. Dessutom sänder Yle Vega regionala program i fem regioner. I likhet med tidigare år hade Yle Radio Suomi den bästa räckvidden i Lappland, där 64 procent av befolkningen (2015: 60 %) lyssnade på kanalen varje vecka. Den andra ytterligheten var Åbo och Vasa/Seinäjoki-regionen, där Yle Radio Suomi varje vecka nådde 31 procent av befolkningen över nio år.

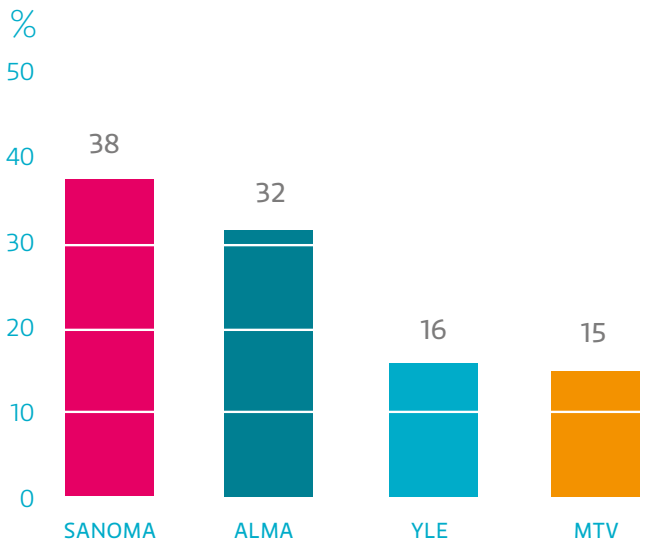
Radio är fortfarande viktig för den **svenskspråkiga** befolkningen. Yle Vega är den enda finländska kanalen som också har regionala sändningar på svenska. År 2016 var radions räckvidd bland finländare över nio år 94 procent varje vecka och 77 procent varje dag. Radions veckoräckvidd var oförändrad

RADIOKANALERNAS RÄCKVIDD PER DAG 2015–2016



9+-befolkningen
Källa: KRT Online/Finnpanel; Utgivning, Yle

RÄCKVIDD PER DAG FÖR YLES, SANOMAS, ALMAS OCH MTV:S WEBBTJÄNSTER 2016



15+-åringar, webbanvändare
Källa: iClick/TNS Metrix-panelen; Utgivning, Yle,

medan den dagliga räckvidden minskade med en procentenhet.

Lyssnartiden för de svenskspråkiga i Finland var i genomsnitt 3 timmar 3 minuter per dag. Jämfört med året innan ökade den med en minut. Yles kanaler har en stor andel av lyssnartiden, 74 procent. Även 2016 var Yle Vega den mest lyssnade kanalen, med hälften av lyssnartiden.

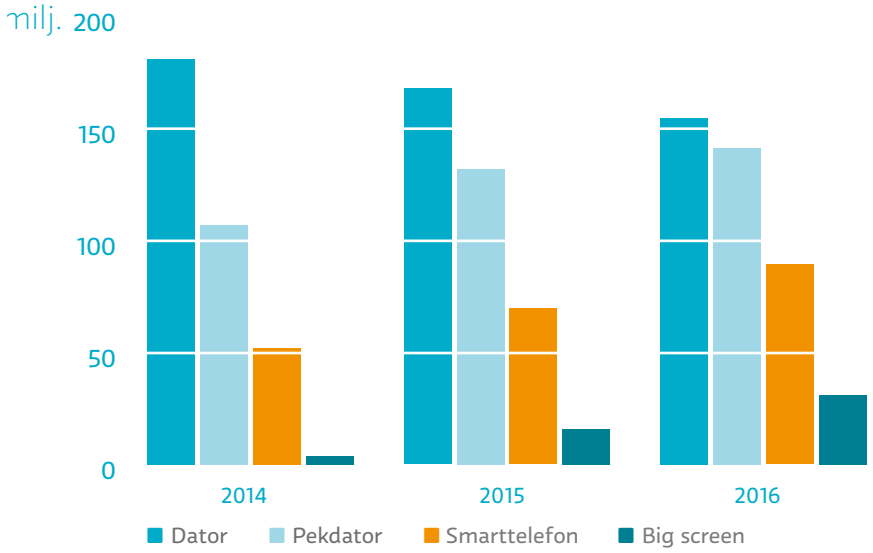
Yle Vega som förnyades på hösten kunde bevara sin räckvidd och nådde 55 procent av de svenskspråkiga lyssnarna varje vecka och 40 procent varje dag. För ungdomskanalen Yle X3M minskade räckvidden bland de svenskspråkiga lyssnarna något och låg på 30 procent varje vecka. I X3M:s egen målgrupp, lyssnare i åldern 15–24, var veckoräckvidden 56 procent.

Internet

År 2016 nådde Yle med sina webbtjänster varje dag 16 procent av de över 15-åriga webbanvändarna i Finland – vilket motsvarar i genomsnitt 585 000 personer. Andelen är klart mindre än för Sanomas eller Almas webbtjänster, som nådde en tredjedel eller fler av webbanvändarna varje dag. Siffrorna baserar sig på panelundersökningen TNS metrix som omfattar de finländska webbaktörer som har en mätkod på sin webbplats. Yles webbtjänster nådde i genomsnitt 45 procent av webbanvändarna i Finland varje vecka.

Finländarna använde mest de stora globala webbtjänsternas – som Google och Facebook – och de inhemska kvällstidningarnas webbplatser. Enligt den efterfrågade användningen ökade Facebook något och kvällstidningar backade något. Användningen av Youtube och snabbmeddelandetjänsten Whatsapp fortsatte att öka. De största webbvideotjänsterna fortsatte också att växa jämfört med året innan, speciellt Yle Are-

UPPTAGNINGAR SOM STARTATS PÅ YLE ARENAN DAGLIGEN PÅ OLIKA PLATTFORMAR 2014–2016



Arenans aod- och vod-starter, 1.1–31.12
Källa: DAX/comScore; Utgivning, Yle

nan och Katsomo, men även Netflix och Ruutu. Till de växande tjänsterna hörde också Spotify.

Under 2016 gjordes över 655 miljoner besök på Yles webb- och mobiltjänster, vilket är samma siffror som året innan. På Arenan gjordes över 421 miljoner starter, antingen för video- eller audioupptagningar eller för live radio- och tv-sändningar – alltså i genomsnitt gott och väl över en miljon per dag.

4.3 UPPFÖLJNING AV PUBLIKRESPONS OCH INTERAKTION MED INTRESSENTER

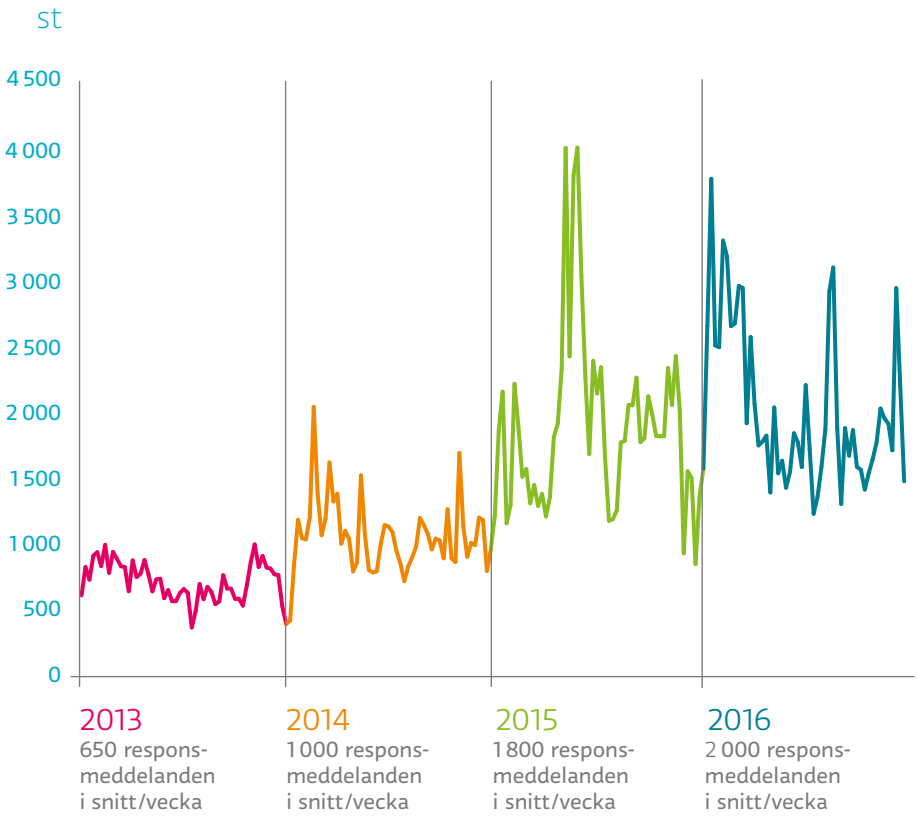
Finländarna har möjlighet att kontakta Yle och ge direkt respons på många olika sätt – per e-post, telefon och på webben och också i sociala medier. Mängden respons har ökat år för år, speciellt via e-post och webben. Jämfört med föregående år har responsen gällande Yle Arenan ökat mest.

År 2016 mottog Yle sammanlagt cirka 140 000 statistikförda kontakter per telefon, e-post eller på webben. Största delen av dem gällde programmen och Yle Arenan. Svenska Yle mottog drygt 4 500 responsmeddelanden på svenska. Cirka 8 000 meddelanden gällde teknisk respons, främst om Yle Arenan. Yle Profil var orsaken till cirka 7 000 kontakter.

Fem procent av responsen var önskemål om program och repriser. Kundtjänsten mottog mest respons till enskilda program om A-Studio, de finska nyheterna Yle Uutiset och Aamu-tv.

En del av responsen riktas direkt till kanalernas ledning, redaktioner och programmakare, och den responsen statistikförs inte. Den respons som lämnas via sociala medier statistikförs inte heller,

ANTAL RESPONSMEDDELANDEN* PER VECKA 2013–2016



Respons som kommit till program- och Arenaresponsen
Källa: Salesforce/Utgivning, Yle

trots att vi oavbrutet för en livlig dialog med finländarna i dessa tjänster.

Yle för en dialog med intressenter även på många andra sätt. Interaktionen med finländarna och responsen från dem ger värdefulla synpunkter på hur Yle bör utvecklas. Åsikterna som samlas in genom undersökningar, medborgardiskussioner, intervjuer och användarpaneler integreras i Yles strategiarbete och innehållsplanering.

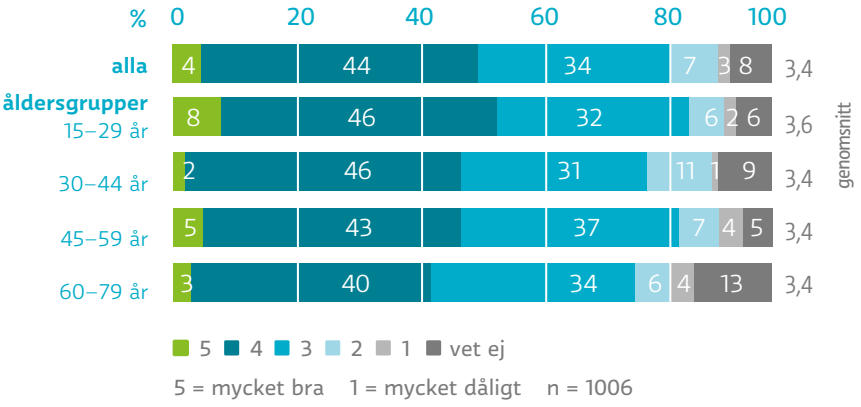
Publiken bidrar också till Yles program bland annat genom idéer och uppslag för nyheter. Tittarna och lyssnarna kan medverka genom att ställa frågor i direktsändning, framföra musikönskemål och delta som studiopublik.

Publikens medverkan är allt oftare en del av programkonceptet. Exempel på detta är *En miljon fågelholkar* och *Strömsös* temahelheter som lockar folk att själva skapa något nytt.

90 år av utbud tillsammans med finländarna

Sändningen *Mitt. Ditt. Vårt – Yle 90 år* från Musikhuset på Yle TV1, Yle Arenan,

HUR VÄL HAR YLE LYCKATS I INTERAKTIONEN MED FINLÄNDARNA 2016?



Källa: Hur värdefullt är Yle för finländarna 2016/Taloustutkimus

Yle Radio Suomi och Yle Vega samt webbsidorna yle.fi/sinuntarinasi och svenska.yle.fi/mittdittvart firade Yles långa och betydelsefulla resa tillsammans med finländarna.

Lördagen den 10 september sände Yle i 2,5 timmar från Musikhuset där kända skådespelare och artister reminiscerade över sina förebilder och favoritprogram. I sändningen ingick inslag om de viktigaste drama-, komedi-, musik och evenemangsprogrammen från de nittio åren.

Finländarna skickade in över 1 700 berättelser till Yle under början av hösten. Yles och finländarnas gemensamma historia gav upphov till en berättelse som på sociala medier och webben spände över decennierna från stämningarna, programmen och fotografierna från 1920-talet till de gemensamma festligheterna i nutiden.

Yles verksamhet: utveckling och principer

5

- **Yle förbereder sig för omstrukturering genom ett omfattande förnyelseprogram.**
- **Yle effektiviserar verksamheten och ökar inköpen från externa parter.**
- **Yle ökar partnersamarbetet kring innehåll och utgivning.**

5.1 UTVECKLING AV VERKSAMHETEN

5.1

I samband med den nya strategin Mitt bland oss fastställde Yle åtta utvecklingsmål för verksamheten 2016–2020. Dessa är bättre kvalitet, förnyelse av tv och radio, utveckling av webbtjänsterna, smidig och effektiv verksamhet och samarbete med olika aktörer.

I oktober 2016 berättade Yle om ett **omfattande förnyelseprogram** som både verkställer Yles strategi och bereder de ändringar som den parlamentariska arbetsgruppen föreslagit. Programmet omfattar alla genrer, utgivning och produktioner. Genom förnyelserna vill bolaget höja kvaliteten, effekten och effektiviteten. Bolaget flyttar sin fokus mot digital förnyelse och omstrukturerar verksamheten.

- *Målet med förnyelseprogrammet är att överföra 15–20 procent resurser till nya arbetssätt och öppningar före år 2020.*
- *Yle ökar inköpen från inhemska och europeiska oberoende producenter samt inköpen av produktionstjänster och inhemska visnings- och användningsrättigheter.*
- *Yle lägger in betydligt fler och effektivare insatser inom webbutveckling.*

De närmaste åren kommer Yle att satsa särskilt på journalistik, drama samt på innehåll för barn och unga. Utvecklingen av servicekapaciteten på webben och Yle Arenan fortsätter. Förstasidan Yle.fi förnyas speciellt med tanke på mobil användning. Förnyelsen inom radio och regionerna har också kommit igång.

Inom avdelningen Yle Produktion och Design inleddes samarbetsförhandlingar med anledning av den nya verksamhetsmodellen. Dramaproduktionerna, med undantag för barn- och ungdomsprogrammen, kommer att koncentreras till Böle.

I september beslutade Yle också att produktionen av dramaserien *En ny dag* (Uusi Päivä) i Mediapolis läggs ner 2018 enligt överenskommelse. Mediapolis ska utformas mer som ett centrum för Yles finskspråkiga barninnehåll och för en mångsidigare dokumentering av det samtida Finland. Yles egna underhållningsproduktioner görs också i första hand i Mediapolis.

Förvaltningsrådet har förutsatt att i synnerhet när genomförandet av strategin leder till personalkonsekvenser ska bolaget lägga särskild uppmärksamhet vid att vara en ansvarsfull arbetsgivare, bemöta personalen med respekt

YLES ÅTTA VIKTIGA UTVECKLINGSMÅL 2016–2020

1. Vi satsar på kvalitet istället för kvantitet. Vi koncentrerar oss på kvaliteten och förnyar vårt berättande och våra sätt att uttrycka oss. Trovärdig journalistik värdesätts allt högre och vi gör allt mer fördjupade analyser. I övriga innehåll lägger vi fokus på relevans och en lång livslängd. Vi fungerar allt smidigare. Vi säkerställer att våra innehåll har de upphovsrätter som behövs för en mångsidig publicering. Vi öppnar våra arkiv för en allt större användning.

2. Vi förnyar tv:n. Vi gör Yle Arenan till den viktigaste utgivningskanalen för ny tv, och vi utvecklar den till en suverän medietjänst som är lätt att använda. Vi minskar antalet broadcast-kanaler. Vi jobbar för att övergången till HD-distribution ska bli så snabb som möjligt. Vi investerar i lätt och flexibel produktions- och utgivningsteknik.

3. Vi för radion till webben. Vi breddar radions utbud och användningsmöjligheter på webben, i synnerhet på Arenan. Vi utvecklar behändiga audiotjänster i synnerhet för plattformar som används mobilt eller utvecklas för bilar.

4. Vi gör webbtjänsterna ännu smidigare att använda. Vi utvecklar webbtjänster och videoinnehåll som kan användas hur och var som helst, och på det sätt som användaren personligen tilltalas av. Vi ser till att Yles nyheter finns med och kan användas överallt. Vårt mål är att en miljon människor har tagit en Yle Profil i bruk vid utgången av 2017. Vi erbjuder också andra instanser Yle Profil som ett lätt inloggningsalternativ.

5. Vi skapar en ny miljö för lärande. Vi satsar mera än tidigare på lärande som en del av Yles utbud för alla åldrar. Vi bygger en ny betydande helhet för inlärning. Vi ser till att människor har tillgång till Yles innehåll för olika lärobehov. Vi samarbetar på nya sätt inom Yle och skapar nya samarbetsformer också externt.

6. Vi förmedlar de viktigaste idrottshändelserna. Vi säkerställer att Yle har rättigheter att visa sport på ett omfattande och mångsidigt sätt och vårt mål är att förmedla de stora idrottshändelserna. Vi utvecklar vår resultatservice och våra sporttjänster på webben. Vi uppmuntrar till motion.

7. Vi hittar nya sätt att finnas till för unga. Vi stärker innehållsutbudet för unga och unga vuxna. Vi utvecklar nya sätt för att den unga publiken ska kunna hitta våra innehåll där de använder media. Vi skapar innehåll tillsammans med unga. Vi är orädda när det gäller att testa nytt.

8. Vi samarbetar mera. Vi stärker samarbetet både inom Yle och externt. Vi utvecklar våra innehåll och tjänster tillsammans med finländarna. Fokus på det externa samarbetet är inom drama, kultur och tjänster för barn. Vi strävar efter att hålla mängden inhemska programinköp åtminstone på nuvarande nivå. Vi satsar aktivt på partnerskap inom distribution och teknik samt testar och utvecklar nytt i samarbete med andra.

och bereda besluten i genuin växelverkan med personalen. Förvaltningsrådet får en rapport om hur de viktiga strategiska projekten framskrider.

Internt har Yle ökat samarbetet mellan enheter och team och infört nya metoder för smidig utveckling för att förankra reformer. Yles team för webbutveckling tilldelades priset för Årets Lean-ledarskap för främjande av smidiga metoder och reformen av bolagets budgetering.

Yle har haft som mål att utveckla ett mera helhetsbetonat sätt att leda digitala, nya arbetssätt och -former. Den centrala tanken inom utvecklingen av arbetsmiljön är att arbetssätt, arbetsutrymmen och arbetsredskap stöder varandra.

Projektet Ruori, som ska rationalisera utbudsplaneringen och verksamhetsstyrningen, avancerade till implementering av systemen, som kommer att fortsätta 2017. Reformerna inom den ekonomiska styrningen kommer också att fortsätta under innevarande år. Lönetjänsterna lades ut till Silta Ab i slutet av året.

Yle fortsätter att minska på kontorslokalerna och effektivisera lokalanvändningen vilket frigör resurser för den övriga verksamheten. Yle och Rundradions pensionsstiftelse undertecknade i december ett avtal om överföring av Stora smedjans byggnad i pensionsstiftelsens ägo. Huvudkontoret för VR Group kommer att flytta in i lokalerna som huvudhyresgäst våren 2018.

5.2 PARTNERSKAP OCH SAMARBETE MED ÖVRIGA MEDIER

Yle utvecklar sin verksamhet genom olika slags partnersamarbete inom såväl innehållsutvecklingen som distribution och teknik. Yle ingår partnerskap främst för underleverantörs- och leverantörssamarbete, gemensamma projekt och inom olika nätverk. Yle har ett nära samarbete med läroanstalter, högskolor och organisationer. Yle väljer sina samarbetspartner utifrån sitt public service-uppdrag och sina värderingar.

Målet med partnersamarbetet är att stärka den kreativa sektorns livskraft under digitaliseringen, utveckla kompetensen och ge internationella framgångar ett lyft genom nya innehållsprojekt.

Mediapolis samarbetar med Tammerfors stad och högskolor för att stärka den digitala branschen i Birkaland, skapa nya arbetstillfällen och bidra till utvecklingen i regionen. Mediapolis rymmer redan över 30 organisationer och nästan 2 000 personer arbetar där, inklusive 600 studerande inom mediebranschen. Yle, Tammerfors yrkeshögskola, Technopolis, Aito Tehdas Oy och Aito Media Oy bildade ett kooperativ i början av 2016.

I Vasa har Yle i mindre skala byggt upp campus- och partnerprojektet Vasa Creative Connections i samarbete med ortens yrkeshögskola, universitet och spelföretag.

Samarbete med kommersiella medier

Yle har i enlighet med den parlamentariska arbetsgruppens förslag inlett en utredning om samarbete med de kommersiella medierna. I slutet av 2016 ordnades den första sammankomsten för Yle och de inhemska tidningarnas chefredaktörer. Förhandlingarna om samarbetsmöjligheterna fortsätter under 2017 då också konkreta projekt läggs upp.

Den parlamentariska arbetsgruppen förutsatte bland annat att Yle ska inleda förhandlingar om kundrelationen med FNB eller om något annat alternativ för att trygga en nationell grundläggande nyhetstjänst. Förhandlingarna inleddes i augusti under ledning av ansvariga chefredaktören.

Ett antal mindre samarbetsprojekt inleddes redan i slutet av 2016. Yle och STT-Lehtikuva slöt ett avtal om användningen av Lehtikuvas foton i Yles publikationer, i tv, på webben och sociala medier.

Avtalet började gälla i början av 2017. Yles nyhetssidor innehåller numera länkar till innehåll med samma tema i andra medier.

Yle började också bereda ett pilotprojekt för samarbete med kommersiella medieaktörer för en gemensam valkompass vid kommunalvalet våren 2017. Yles regionala redaktioner har redan tidigare samarbetat med lokalpressen bland annat med valdebatter, och avsikten är att bygga ut detta samarbete.

På den svenskspråkiga västkusten har Yle Österbotten, Vasabladet, Österbottens Tidning och Syd-Österbotten ett nytt samarbetsprojekt för framtagning av utbud för Finland 100 år. Det engagerande projektet går ut på att i samarbete med en forskare från Åbo Akademi kartlägga hur människorna använder sin fritid.

Yles sportredaktioner öppnade för nytt samarbete med kommersiella aktörer, bland annat med ett flerårigt avtal med MTV och Discovery om att dela på rättigheterna för idrottssändningar. Dessutom har Yle inlett samarbete med Elisa och avtalat om utlämning av nyheter och utbyte av innehåll med Sanoma och Viasat. Det totala värdet av det kommersiella samarbetet inom sporten uppgår till flera miljoner euro.

Representanter för Yle och de kommersiella medierna samlas regelbundet för att dela med sig av information och erfarenheter om samarbetsprojekten och kartlägga nya samarbetsmöjligheter.

5.3 5.3 OBEROENDE OCH VERKSAMHETSPRINCIPER

Yles utgivning och innehållsproduktion baserar sig på Yles värderingar, oberoende, trovärdighet, respekt för människan samt på de etiska principerna inom branschen. Yles styrelse utser enligt yttrandefrihetslagen de ansvariga redaktörerna som leder och övervakar det redaktionella arbetet och ser till att Yle i sin innehållsproduktion och utgivning följer lagen och de etiska riktlinjerna.

Ansvariga redaktörerna har regelbundna möten där de kommer överens om gemensamma riktlinjer och utvecklingen av de journalistiska processerna. Chefen för journalistisk standard och etik på Yle samt bolagets juridiska avdelning bistår dem vid behov vid ledningen av ansvarsfull verksamhet. Till de viktigaste instrumenten hör anvisningar och regelbunden utbildning om lagstiftningen och de regler som styr innehållsproduktionen och utgivningen.

Ansvariga redaktörerna fattar i sista hand beslut om utgivningen av innehåll. Ansvariga redaktörerna har också budgetansvar för innehållet i sina respektive enheter, vilket underbygger ansvariga redaktörernas oberoende och autonomi i fråga om utbudet.

Yle har infört etiska riktlinjer (Code of conduct) för hela bolaget samt ett compliance-program för ansvarskännande verksamhet, som ska säkerställa efterlevnaden av lagar, normer och etiska riktlinjer. Bolagsstyrelsens revisionsutskott godkänner årligen verksamhetsplanen och uppföljningsrapporten för compliance.

Styrelsen har fastställt följande fokusområden för ansvarskännande verksamhet (compliance) på Yle: etiska frågor, trakasserier och osakligt bemötande, kriterierna enligt upphandlingslagen, upphovsrättsliga frågor, konkurrenslagen, arbetarskydd, informationssäkerhet och dataskydd. Bolaget har genomfört complianceprogrammet bland annat genom att ordna utbildning för medarbetarna.

Samarbetet mellan compliance, riskhantering och intern revision har intensifierats, och dess verksamhet har effektiviserats inom hela organisationen.

Verkställande direktören tillsatte i oktober en etisk grupp som inledde sitt arbete i början av 2017. Gruppen består av chefen för compliance, personaldirektören, en representant för affärsenheterna, en personalrepresentant och chefen för riskhantering.

Yle lanserade ett pilotprojekt för en så kallad etisk kanal, genom vilken medarbetare vid behov kan anmäla uppdagade eller misstänkta fall av missbruk. Resultaten av pilotprojektet analyseras i slutet av 2017 varefter bolaget fattar beslut om den etiska kanalens framtid.

Yle och Opinionsnämnden för massmedier

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

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

År 2016 behandlade ONM tio anmälningar som gällde Yle. I åtta fall var beslutet friande. De två fällande beslut gällde rättelse av fel och den intervjuade personens rättigheter. Med anledning av ONM:s beslut har de ansvariga redaktörerna preciserat Yles riktlinjer för rättelser.

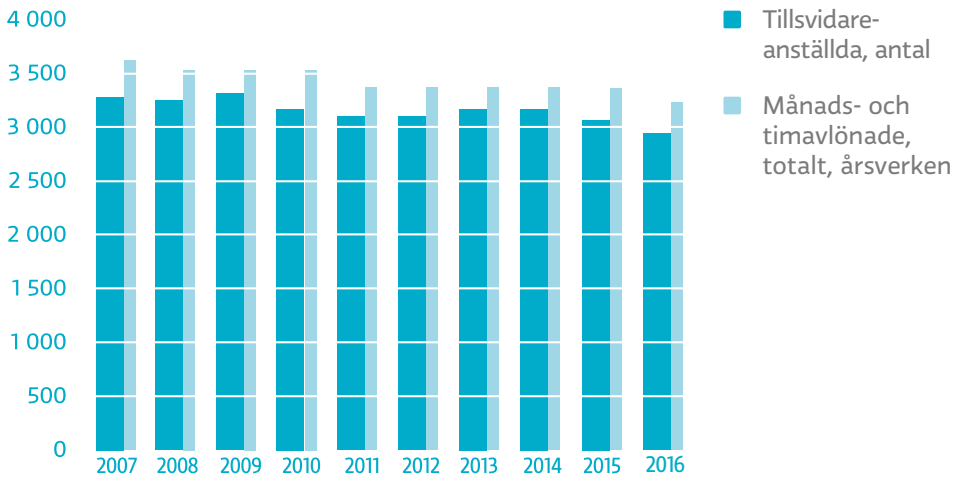
5.4 PERSONALENS UTVECKLING

5.4

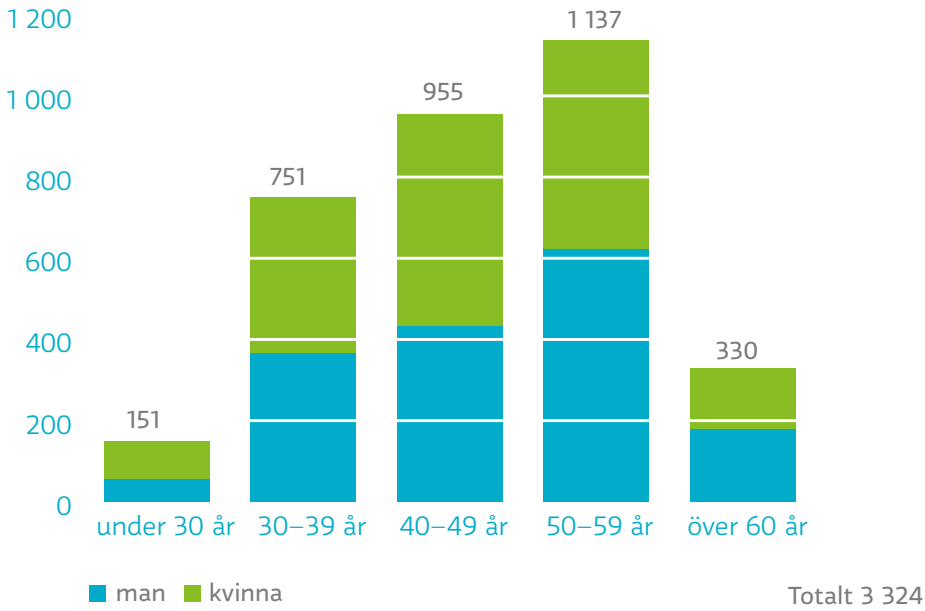
Antal anställda och anställningar

Personalstyrkan fortsatte att minska 2016, främst genom naturlig avgång. Samarbetsförhandlingarna som omfattade assistenterna vid den finskspråkiga nyhets- och aktualitetsverksamheten och nedläggningen av affärsverksamheten för sändningstjänster för Nelonen Media ledde till att sammanlagt 20 fasta anställningar upphörde. Samarbetsförhandlingarna inom redaktionen för Akuten (Akuutti) i Uleåborg ledde till uppsägning av sju personer. Två av dem börjar våren 2017 arbeta i teamet för Yles faktautbud för vetenskap och hälsa i Böle.

Personalstyrkan kommer att minska ytterligare även i framtiden. Externa rekryteringar görs endast efter övervägande för att uppfylla specifika kompetensbehov. Samarbetsförhandlingarna



MÅNADSAVLÖNAD PERSONAL ENLIGT ÅLDER OCH KÖN 2016



PERSONALSTYRKA 2016

- *I samtliga anställningsförhållanden gjordes totalt 3 490 årsverken (65 färre än året innan).*
- *I månads- och timanställningarna gjordes i genomsnitt 3 269 årsverken (66 färre än året innan).*
- *Vid utgången av året hade Yle 2 951 tillsvidareanställda personer (92 färre än året innan).*
- *Under året upphörde 155 anställningar, inklusive 85 genom pensionering.*
- *Nya tillsvidareanställningar ingicks med 63 personer. Av de nyanställda kom 75 till innehållsrelaterade uppgifter.*
- *Över 200 tillsvidareanställda personer bytte arbetsuppgifter inom Yle, av egen önskan eller på grund av en organisationsförändring.*
- *Enligt lönesumman var personalstyrkan fördelad enligt följande: 81 procent tillsvidareanställda med månadslön, 9 procent visstidsanställda med månadslön, 3 procent timavlönade och 7 procent prestationsavlönade (frilansare).*
- *Under året betalade bolaget frilansarvoden till 5 517 personer.*
- *Andelen anställda i stöd- och administrationsfunktioner fortsatte att minska och utgjorde 10 procent av de månadsavlönade personalen.*
- *Den vanligaste yrkesbeteckningen var redaktör: redaktörerna utgjorde en tredjedel (32 %) av hela personalstyrkan.*
- *Den fasta personalstyrkans genomsnittliga ålder var 48 år.*

som inleddes i november inom Yle Produktion och Design slutfördes i början av 2017 och ledde till uppsägning av 59 personer. Det är för tidigt att i början av 2017 uppskatta vilka följder den parlamentariska arbetsgruppens riktlinjer och bolagets förnyelseprogram har på de övriga funktionerna. Av Yles tillvidareanställda personal omfattas 99 procent av kollektivavtalen. Bolagets ledning omfattas inte av kollektivavtalen.

Jämställdhet och jämlikhet

Jämställdhet mellan kvinnor och män uppfylldes relativt väl på Yle. Kvinnornas andel av de fast anställda medarbetarna var 49 procent och av cheferna 54 procent. I de största yrkesgrupperna (redaktörerna och producenterna) var kvinnornas andel cirka 56 procent. På programarbetarnas kollektivavtalsområde, som omfattar ungefär 2 300 fast anställda medarbetare, är kvinnornas snittlön 99,6 procent av männens snittlön. Inom hela personalen är motsvarande andel 96,3 procent.

Det finns några yrkesgrupper som är uttalat kvinno- eller mansdominerade. Att korrigera situationen är svårt eftersom det oftast är fråga om uppgifter där det knappt har förekommit någon rekrytering de senaste åren.

I syfte att främja likabehandling arbetar Yle för att öka mångfalden inom personalstyrkan genom att om möjligt rekrytera arbetstagare som till exempel representerar olika etniska grupper och genom att i ökande grad erbjuda praktikplatser åt personer med invandrarbakgrund eller funktionshinder.

Personalens utveckling och arbetshälsa

Yle har stött förnyelse inom personalstyrkan och teamen genom olika projekt för arbetsverktyg, lokaler och arbetssätt. Sociala lärandemetoder och inlärning i arbetet gynnades och medarbetarna hade möjlighet att få utbildning enligt behov. Kompetensen hos personalen kompletterades genom övervägda nyrekryteringar och partnersamarbete.

Till de strategiska fokusområdena för kompetensutveckling hörde chefsarbete samt webb- och transmediekompetens. Projektet En bra dag på jobbet fortsatte och den därtill hörande chefscoachningen genomfördes under året. Nästan 300 chefer och producenter deltog i coachningen. Verkställande direktören fortsatte också de så kallade kaffeträffarna med Yles chefer. År 2016 deltog över 200 chefer i dessa träffar.

Yle stödde innehållsskaparna genom att ordna både olika slags workshoppar och möjligheter att höra internationella specialister. Temana omfattade bland annat effektiv användning av sociala medier och internet, datajournalistik och grävande journalistik. Yle ordnade under året också många utbildningar och kurser i olika system och verktyg.

Personalens uppfattningar om vardagen, arbetsklimatet samt chefsarbetet och ledarskapet undersöktes också 2016 genom enkäten En bra dag på jobbet. Undersökningen gjordes i november och 70 procent av medarbetarna svarade på enkäten (2015: 71 %). Totalbetyget sjönk något och var 3,72 på skalan 1–5 (2015: 3,76). Precis som tidigare var engagemanget i det egna arbetet stort på Yle. Däremot sjönk engagemanget i bolaget jämfört med året innan. Betyget för chefsarbetet steg, liksom också för respekten och öppenheten mellan teamen.

Arbetarskyddet och HR har hjälpt de anställda att orka under förändringar, såsom organisationsreformer och omläggning av lokalerna. Personalen har fått ta del av utbildning om arbetarskyddet, och bolaget har utrett mobbningsfall.

Utöver utvecklingsinsatserna för hela bolaget har alla enheter haft egna projekt för utveckling av kompetensen och arbetsmetoderna. Projekten har fokuserat på bland annat responsrutiner och

smidiga arbetssätt (lean och agile), som både ledningsteam och arbetsteam fick öva sig på. År 2016 omfattade smidiga arbetssätt nästan 500 medarbetare på Yle.

Premiering

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

Yles samtliga anställda omfattas av ett resultatpremiesystem som bygger på uppställda mål och fastställda mätare. År 2016 hade sammanlagt 178 direktörer och chefer personliga styrkort. Den maximala premien som betalas utifrån styrkortet är för bolagets ledningsgrupp fortfarande ett belopp som motsvarar 15 procent av årslönen och för cheferna 8 procent av årslönen.

Den övriga personalen omfattas av ett system med teamkort. Teamen ställer själva upp sina mål utifrån bolagets strategi och den egna enhetens gemensamma mål. Chefen svarar för att teammålen stöder enhetens mål. Varje medlem i ett team som uppnår målen kan premieras med högst 1 200 euro. En specialpremie kan betalas för en exceptionellt god arbetsprestation.

Resultat- och teampremierna betalas enligt hur väl målen uppnåtts året innan. År 2016 betalades totalt 2 565 176 euro i premier. För teamkorten beta-

Dramaserien *Helt knäpp* (Sekasin) ingick i ett innehållsprojekt som fokuserade på mentala problem bland unga. Serien med inslag av svart humor är förlagd till en slutenvårdsavdelning på ett psykiatriskt sjukhus där de fyra huvudpersonerna vårdas. Manus spånades fram i samarbete med personer i psykiatrisk rehabilitering. På bilden Papillon (Elias Westerberg) som trots sitt tuffa livsöde har livslusten kvar.
Bild: Kerttu Jaatinen/Yle Bildtjänst

lades 1 994 863 euro. Av alla styr- och teamkortsmål uppnåddes 65 procent. Premiernas andel av den totala lönesumman var 1,4 procent. Ungefär 2 200 anställda fick premier.

5.5 SAMHÄLLSANSVAR I YLES VERKSAMHET

De ovan beskrivna handlingssätten är del av Yles samhällsansvar som är förankrat i Yles public service-uppdrag och utvecklingen av bolagets verksamhet.

Ansvaret omfattar etiska arbetssätt, det ekonomiska ansvaret för effektiv användning av Yleskatten samt Yles betydande sysselsättande roll inom den kreativa sektorn. Genom sitt mångsidiga utbud av innehåll och tjänster skapar Yle mervärde för samhället och stöder livskraften hos olika befolkningsgrupper, regioner, språk och kulturer samt medborgarnas delaktighet och jämlikhet.

Yle har också årligen genomfört omfattande innehållsprojekt med samhällsförankring där bolaget i samarbete med olika aktörer lyfter fram högaktuella frågor och söker lösningar på dem genom att engagera finländarna. Ett av dessa så kallade missionsprojekt 2016 var *Helt knäpp* (Sekasin) som fokuserade på mentala problem bland unga.

Yle såg över sitt miljöprogram för 2017–2020. Programmet fokuserar speciellt på att minska energiförbrukningen och utsläppen från resor samt effektivisera avfallshantering och återvinning. Yle följer i sina kontor WWF:s miljöprogram Green Office. Yle har varit medlem i Finlands ledande nätverk för ansvarsfullt företagande FIBS sedan 2011.

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

Yles finansiering, kostnadsstruktur och förvaltning

6

- **Yles resultat visade en förlust på 2,9 miljoner euro.**
- **Yles totala intäkter uppgick till 473,2 miljoner euro. Yleskattens andel av alla intäkter var 97,6 procent.**
- **Yle använde 340,8 miljoner euro på innehåll och tjänster. Cirka 90 procent av summan riktades på inhemska innehåll.**

6.1 YLES FINANSIERING OCH INTÄKTER

6.1

Yles ekonomi hölls i balans, även om förlusten för räkenskapsperioden på 2,9 miljoner euro var något större än förväntat. Vinsten från föregående år uppgick till 1,3 miljoner euro. Enligt förvaltningsrådets riktlinjer ska variationerna i resultatet från år till år ta ut varandra. Behovet av variation uppstår främst vartannat år till följd av regelbundet återkommande stora idrottsevenemang.

Yles omsättning var 470,9 miljoner euro, vilket var en ökning på 0,7 procent jämfört med året innan. I omsättningen ingick intäkterna från Yleskatten, programintäkter och intäkter från försäljning av tjänster. Yleskattens andel av alla intäkter var 97,6 procent, eller 461,8 miljoner euro. Beloppet var detsamma som under de två föregående åren, eftersom ingen indexhöjning hade gjorts i Yles finansiering.

Eftersom ingen indexjustering kommer att göras 2017–2018, blir Yles finansiering 2018 cirka 20 miljoner euro mindre än vad den hade varit om indexjusteringarna hade verkställts årligen sedan 2015.

Jämförelse av finansieringen av public service-rundradiobolag

Den vanligaste finansieringsmodellen för public service-rundradiobolagen i Västeuropa är en kombination av tv-avgift och reklamfinansiering. Den modellen används bland annat i Irland, Italien, Österrike, Frankrike och Schweiz. En annan modell är en kombination av statlig finansiering och reklamfinansiering, som används bland annat i Belgien, Island och Nederländerna. Den tredje modellen bygger på tv-licenser, såsom BBC i Storbritannien. Systemet tillämpas även i Norge och Sverige samt för DR i Danmark.

Unika finansieringsmodeller i Europa är den tyska kombinationen av icke-apparatberoende avgift och reklamfinansiering samt den finländska Yleskatten.

Jämfört med europeiska länder med medelstor befolkning ligger finansieringen av public service i Finland under genomsnittsnivån. I en jämförelse av nio länder var Yles finansiering klart lägre än i de övriga länderna, med undantag för irländska RTE. Även norska NRK och danska DR uppvisade betydligt större intäkter än Yle.

FINANSIELLA NYCKELTAL 2016

	2016	2015	2014	2013
VERKSAMHETENS OMFATTNING (MILJ. EURO / %)				
Omsättning	470,9	467,8	472,9	465,9
förändrings-%	0,7	–1,1	1,5	6,2
Övriga rörelseintäkter	2,3	4,2	2,6	3,2
förändrings-%	–45,9	63,1	–20,0	–81,4
Kostnader och avskrivningar	476,1	468,5	480,0	464,4
förändrings-%	1,6	–2,4	3,3	2,5
Balansomslutning	250,5	258,3	264,5	277,8
Bruttoinvesteringar, materiella och immateriella tillgångar	25,6	21,7	26,9	29,5
% av omsättningen	5,4	4,6	5,7	6,3
LÖNSAMHET (MILJ. EURO / %)				
Rörelsevinst/-förlust	24,2	33,5	27,3	39,2
% av omsättningen	5,1	7,2	5,8	8,4
Rörelsevinst/förlust före extraordinära poster	–2,9	3,6	–4,4	4,7
% av omsättningen	–0,6	0,8	–0,9	1,0
Räkenskapsperiodens vinst/förlust	–2,9	1,3	–4,7	4,2
% av omsättningen	–0,6	0,3	–1,0	0,9
FINANSIERING OCH EKONOMISK STÄLLNING				
Quick ratio	0,5	0,3	0,5	0,5
Soliditetsgrad %	51,1	50,7	49,0	48,3
Räntebärande främmande kapital (milj. euro)	50,2	55,9	62,5	65,0
PERSONAL				
Medelantal årsverken (åv) under året*	3 490	3 555	3 695	3 715
Löner (milj. euro)	171,6	173,4	175,6	174,1
Arvoden (milj. euro)	12,0	11,8	12,9	13,4
Löner och arvoden sammanlagt (milj. euro)	183,7	185,2	188,5	187,5

$$\textit{Quick ratio} = \frac{\textit{Finansieringstillgångar – Förskott på upphovsrätter}}{\textit{Kortfristigt främmande kapital}}$$

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

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

I Österrike och Schweiz, som har mindre befolkningsunderlag än Sverige, uppvisade public service-bolagen ändå klart större intäkter. I Österrike var förklaringen reklamfinansiering.

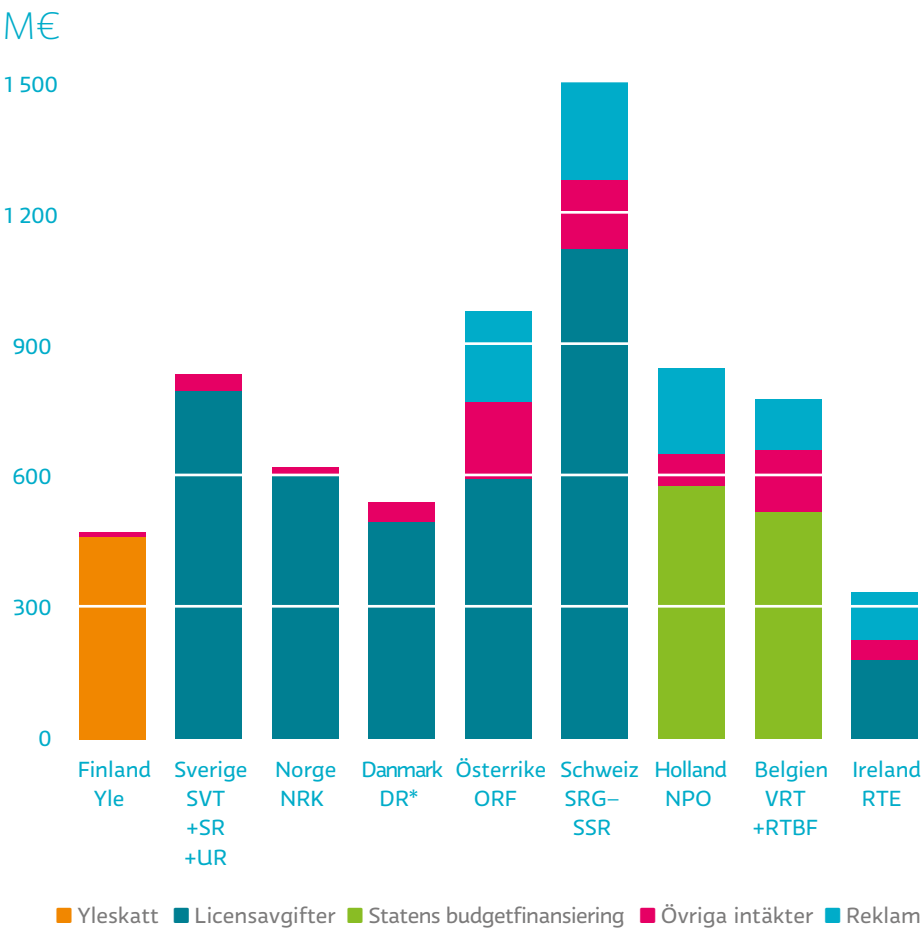
År 2015 ökade intäkterna i Irland, Norge och Sverige. På grund av valutakursfluktuationer har beloppen för Norge och Sverige omräknade i euro minskat jämfört med året innan. Valutakurserna hade dessutom en exceptionellt stor effekt på utfallet för Schweiz. Trots att intäkterna för SRG-SSR minskade med 2,7 procent, ökade eurobeloppet med över 10 procent. De övriga förändringarna i diagrammet motsvarar ändringarna i intäkterna.

6.2 UTVECKLING AV KOSTNADSSTRUKTUREN SAMT KOSTNADER

6.2

Personalkostnaderna uppgick till 232,1 miljoner euro (2015: 233,3) och motsvarade 48,8 procent av samtliga kostnader.

JÄMFÖRELSE AV PUBLIC SERVICE-RUNDRADIOBOLAGEN 2015



*andel av licensavgifter som DR fått
Valutakurser: medelkurser år 2015
Källor: EBU, Finlands bank

Löner och arvoden minskade med 0,8 procent och uppgick till 183,7 miljoner euro (185,2). Pensionskostnaderna var 37,4 miljoner euro (37,9) och övriga lönebikostnader var 11,1 miljoner euro (10,2).

Yle betalade upphovsersättningar för sammanlagt 82,0 miljoner euro (74,2). Ökningen jämfört med året innan härrörde främst från upphovsersättningar för idrottsevenemang. I totalbeloppet ingår upphovsersättningar för inhemska program som visats under året samt för musik, upphovsarvoden, repriserättningar och andra ersättningar för programrättigheter. I beloppet ingår också 26,4 miljoner euro (18,0) i upphovsersättningar för sport och utländska program.

Övriga rörelsekostnader uppgick till 134,9 miljoner euro (131,1). Bland de största posterna var externa köptjänster för 61,9 miljoner euro (58,4). I dessa ingår datatjänster, produktionstjänster, fastighetstjänster, service och underhåll samt övriga tjänster.

År 2015 uppgick Yles investeringar till 25,6 miljoner euro (21,7). Till de största investeringarna hörde renoveringen av Kreativa huset i Böle, slutförandet av övergången till HD inom produktionerna, fastighetsutveckling samt projektet för ett verksamhetsplanerings- och ekonomisystem.

6.3 6.3 KOSTNADERNA PER INNEHÅLLSHELHET

Innehållens och tjänsternas andel av Yles totala kostnader och avskrivningar var 340,8 miljoner euro, vilket var 7,2 miljoner mer än året innan. Innehåll och tjänster leds enligt innehållshelhet, och kostnadsuppföljningen sker också per innehållshelhet.

I kostnaderna för innehåll och tjänster ingår förutom programinnehåll även distribution av program, upphovsrätter för musik, arkivtjänster och marknadsföring.

Innehållshelheternas andelar har inte genomgått betydande förändringar jämfört med 2015. Sportens andel ökade något på grund av stortävlingar.

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

Samarbetet med olika aktörer och inköpen från innehållsproduktionspartner skapar arbetstillfällen för tusentals proffs varje år. År 2016 fick ungefär 5 500 personer frilansarvoden från Yle, sammanlagt 14,6 miljoner euro. Den största delen av dem var programarbetare.

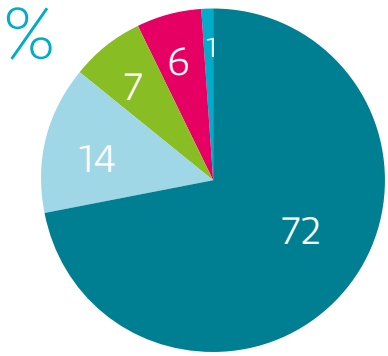
Som producent av digitala tjänster köper Yle produkter och tjänster inom ICT, såväl serverutrymme som mjukvaru- och konceptutveckling.

YLES SYSSELSÄTTANDE EFFEKT

Yle använde:

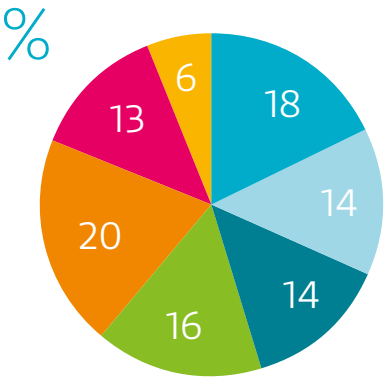
- cirka 90 procent av programproduktionspengarna på inhemskt innehåll
- 82,0 miljoner euro på upphovsrättsersättningarna för program och musik
- 61,9 miljoner euro på inköpen av tjänster från externa företag
- 14,6 miljoner euro på frilansarvodena.

YLES KOSTNADER OCH AVSKRIVNINGAR TOT. 476,2 MILJONER EURO (+5,5 MILJ. EURO) ÅR 2016



- Innehåll och tjänster 340,8 milj.€
- Teknologi och infrastruktur 68,2 milj.€
- Gemensamma funktioner och administration 33,8 milj.€
- Avskrivningar 27,1 milj.€
- Försäljning 6,2 milj.€

INNEHÅLL OCH TJÄNSTER TOTALT 340,8 MILJONER EURO ÅR 2016



- Nyheter 60,8 milj. €
- Sport 47,0 milj. €
- Aktualiteter 46,2 milj. €
- Fakta 54,1 milj. €
- Kultur och underhållning 67,9 milj. €
- Drama 44,3 milj. €
- Barn och unga 20,4 milj. €

6.4 YLES FÖRVALTNING OCH ORGANISATION

FÖRVALTNINGSRÅDET

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

På förvaltningsrådet ankommer att

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

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

STYRELSEN

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

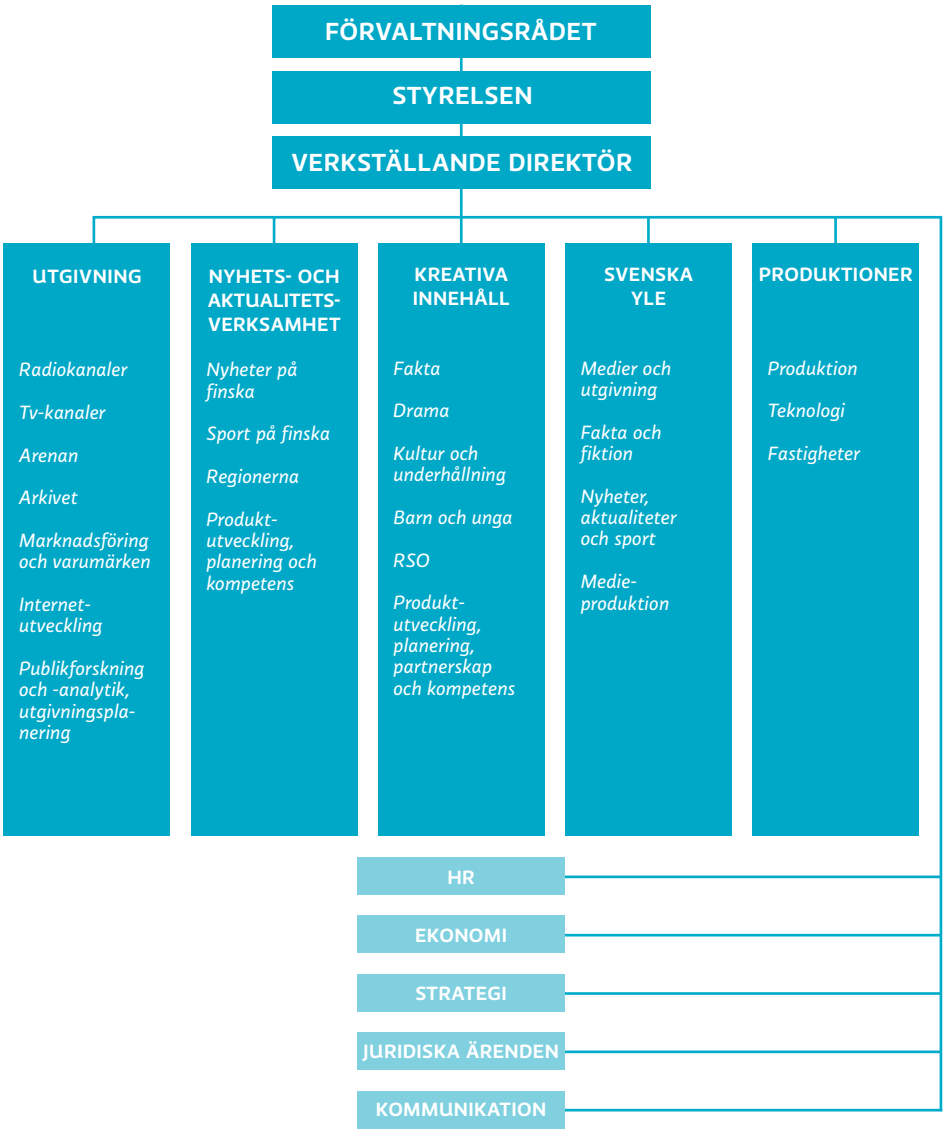
- välja och entlediga bolagets verkställande direktör samt fastställa dennes lön och andra till befattningen anslutna villkor; verkställande direktören får inte vara medlem i förvaltningsrådet eller styrelsen
- välja bolagets övriga högsta ledning samt fastställa ledningens löner och andra till befattningarna 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 Kommunikationsverket över bolagets verksamhet
- utse ansvariga redaktörer i enlighet med lagen om yttrandefrihet.

VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR

Yles verkställande direktör är Lauri Kivinen. Under verkställande direktören lyder bland annat

- ledningsgruppen som utgörs av direktörerna för enheterna och de gemensamma funktionerna
- innehållsgruppen som svarar för riktlinjerna för programmen och innehållen
- investeringsgruppen som svarar för investeringsbesluten.

YLES ORGANISATION 2016



Bilagor

FÖRVALTNINGSRÅDETS OCH STYRELSENS BESLUT SAMT MEDLEMMAR 2016

FR 8.3

Verksamhetsberättelse

Förvaltningsrådet godkände styrelsens verksamhetsberättelse och gav bolagsstämman utlåtande om bokslutet och revisionsberättelsen.

Utredning och utlåtande till riksdagens biträdande justitieombudsman om Rundradion Ab:s förfarande i ärendet gällande problemen med inomhusluften i Yle Sápmis lokaler

De eventuella problemen med inomhusluften kan inte i sig anses direkt ha påverkat den samiskspråkiga programverksamheten. Däremot kan de sammanlagda konsekvenserna – med andra ord semestrar, sjukskrivningar och att några medarbetare lämnat sin anställning på Yle samt att produktionstekniken varit temporärt utlokaliserad – tidvis ha orsakat kortvariga förändringar i programtablåerna. Yles tjänster på samiska baserar sig inte uteslutande på material från Yle, utan det är också möjligt att utnyttja material från de samiska redaktionerna i Sverige och Norge. Det kan inte konstateras att det i något skede skulle ha förelegat en risk för att Yles lagstadgade åtagande att tillhandahålla program på samiska inte skulle uppfyllas.

Som genmäle till klagomålets andra huvudtema konstaterar Rundradion att bolagets experter på produktionsteknik och arkivverksamhet har intygat att de eventuella problemen med inomhusluften inte har några som helst konsekvenser för inspelningsarkivet.

Förvaltningsrådet diskuterade frågan och beslöt att lämna bifogade utlåtande till riksdagens biträdande justitieombudsman.

FR 5.4

Distribution av tv-kanaler i det markbundna nätet

Besluten om HD-distribution av Rundradions tv-kanaler gäller för innevarande koncessionsperiod för markbunden tv som går ut 9 januari 2017. Rundradions pågående offentliga upphandling enligt upphandlingslagen gäller sändningskapaciteten för markbunden tv från och med 10 januari 2017. Avsikten med förvaltningsrådets beslut är också att fastställa tidsplanen för tv-bolagens gemensamma övergång till HD-teknik.

Förvaltningsrådet beslöt att distributionen av Rundradions tv-kanaler i det markbundna nätet fortsätter från 10 januari 2017

- för standardupplösning med nuvarande befolkningstäckning 99,96 procent och
- för högupplösning med nuvarande befolkningstäckning på cirka 85 procent.

Rundradion bygger ut HD-distributionen av sina tv-kanaler från och med början av 2019 så att den har rikstäckning senast 31 mars 2020. För att förbättra tillgängligheten av HD-sändningar används redan olika kompletterande distributionsmetoder till markbunden tv (kabel-tv och satellit-tv samt bredband) på samma sätt som för standardupplösning.

Rundradion lägger ner distributionen av sina tv-kanaler med standardupplösning i det markbundna nätet 31 mars 2020.

FR 5.4

Förvaltningsrådets berättelse till riksdagen om Rundradions verksamhet 2015

Förvaltningsrådet godkände förvaltningsrådets berättelse till riksdagen om Rundradions verksamhet 2015 i enlighet med arbetsutskottets förslag.

FR 14.6

Riksdagens biträdande justitieombudsmans svar till klagomålet om problem med inomhusluften i Yle Sápmis lokaler

För kännedom antecknades riksdagens biträdande justitieombudsmans svar på Päivi Feodoroffs och Laura Murtomaas skrivelser gällande problemen med inomhusluften i Yle Sápmis lokaler: klagomålet föranledde inga åtgärder.

FR 20.9

Förhandsprövning om omstrukturering av tv-kanalerna och planen för att förnya Yle Arenan

Förvaltningsrådet beslöt att inleda förhandsprövning enligt 6 a § i lagen om Rundradion om planen att omstrukturera tv-kanalerna och utveckla tjänsterna på Yle Arenan.

Utlåtande till KM om Yles indexhöjning

Utlåtanden: Förvaltningsrådets arbetsutskott uttalade sig på Kommunikationsministeriets begäran om regeringens förslag att anslaget till kostnaderna för Rundradion Ab:s allmännyttiga verksamhet inte ska justeras årligen enligt index 2017 och 2018. Utlåtandet antecknades till förvaltningsrådet för kännedom.

FR 25.10

Beslut om omstrukturering av tv-kanalerna och utveckling av Yle Arenan

Förvaltningsrådet fattade efter förhandsprövning beslut om förnyelse av tv-kanalerna och utveckling av Yle Arenan som helhet. Förvaltningsrådet krävde dock en noggrannare utredning om servicen för specialgrupper och tillgängligheten för Yle Arenans tjänster på alla plattformar.

FR 25.10

Förhandsprövning av förnyelse av Yles finska nyhetswebbplats

Med anledning av Mediernas Centralförbunds begäran om förhandsprövning av konsekvenserna för webbplatsreformen som Rundradion Ab offentliggjorde 22 september 2016 och speciellt av den regionala och lokala nyhetstjänstens inverkan på dagstidningars nyhetsutbud på webben beslöt förvaltningsrådet att inhämta ytterligare utredning i ärendet.

Riktlinjer för ekonomi och verksamhet

Förvaltningsrådet slog fast riktlinjerna för ekonomin och verksamheten enligt styrelsens förslag. Förvaltningsrådet beslöt också att beredningen av genomförandet av riktlinjerna enligt den parlamentariska arbetsgruppens promemoria av 22 juni 2016 ska inledas.

Verkställande av strategin Yle 2020

Förvaltningsrådet slog fast riktlinjerna för verkställandet av bolagets strategi.

FR 13.12

Val av styrelsens ordförande, vice ordförande och medlemmar samt fastställande av deras arvoden

Förvaltningsrådet fattade beslut om Rundradions styrelses ordförande, vice ordförande och medlemmar samt fastställde deras arvoden för kalenderåret 2017.

Principer för programutbudet vid kommunalvalet 2017

Förvaltningsrådet fastställde de principer som ska iakttas i Rundradions program vid kommunalvalet 2017.

STYRELSEN 21.1

Mediapolis Osuuskunta

Styrelsen beslöt att Rundradion deltar i inrättandet av andelslaget Mediapolis Osuuskunta och godkänner avtalet om andelslagsbildning. Rundradion tecknar 20 andelar i andelslaget i enlighet med avtalet. Teckningspriset är sammanlagt 5 000 euro. Rundradions föreslår Minna Tiihonen till ledamot i Mediapolis Osuuskuntas styrelse under bildningsskedet. Styrelsen befullmäktigade verkställande direktören eller en av denne utsedd person att underteckna avtalet om andelslagsbildning. Medlemskapet i andelslaget medför inga andra betalningsåtaganden. Rundradion kan ingå avtal om tjänster utan standardiserad upphandling inom ramen för lagen om offentlig upphandling.

STYRELSEN 17.2

Bokslut 2015

Styrelsen beslöt att framlägga styrelsens verksamhetsberättelse och bokslut 2015 för godkännande i förvaltningsrådet.

Riktlinjer för inhemska programinköp

Styrelsen beslöt om riktlinjerna för inhemska programinköp.

Ändringar i anställningsförmåner

Styrelsen beslöt om att ändra anställningsförmånerna enligt utnämnings- och premieringsutskottets förslag och godkände den nya anvisningen om anställningsförmåner enligt bilaga.

STYRELSEN 17.3

Ledningens prestationsbedömning 2015 och framställan om löner 1 maj 2016

Styrelsen fattade beslut om ärendet enligt framställan.

Utfall för direktörernas styrkort 2015

Styrelsen godkände utfallet på ledningens styrkort enligt bilaga och beslöt om utbetalning av resultatpremier enligt utfallet.

Övriga resultatpremier

Styrelsen fattade beslut om utbetalning av resultatpremierna enligt utfallet.

Val av revisorer på bolagsstämman

Styrelsen beslöt att föreslå att bolagsstämman till revisorer för Rundradion Ab ska utse CGR Minna Riihimäki och KPMG Oy Ab med CGR Petri Kettunen som huvudansvarig revisor för uppdraget.

Sammankallande av bolagsstämma

Styrelsen beslöt att sammankalla bolagets årsstämma 2 maj 2016 kl. 13.00–14.00 och att stämmokallelsen lämnas enligt bilaga. Årsstämman hålls i konferensrummet på 7:e våningen i Stora smedjan.

Distribution av tv-kanaler i det markbundna nätet

Styrelsen beslöt att föreslå att förvaltningsrådet fastställer principerna för distributionen av Yles tv-kanaler.

Styrelsen beslöt också att köpa distributionstjänsterna av Digita Oy, DNA Welho Oy och Norkring AS vilka vann upphandlingen. Tjänsteavtalen: styrelsen godkände besluten villkorade av förvaltningsrådets beslut.

Styrelse för Helsingfors Musikhus och Rundradions representation

Styrelsen beslöt att Rundradions representanter i Musikhusets styrelse är Ville Vilèn, direktör för Kreativa innehåll, och Katri Olmo, direktör för juridiska ärenden.

Offert om visningsrättigheter för sport

Styrelsen fastställde principerna för offerter för stortävlingar de kommande åren.

STYRELSEN 21.4

Konkurrensutsättning av intern revision

Styrelsen beslöt om principerna för konkurrensutsättning av intern revision.

Yles redogörelse till Kommunikationsverket

Styrelsen beslöt att godkänna Rundradion Ab:s redogörelse till Kommunikationsverket enligt bilaga.

Personalprinciper

Styrelsen fattade beslut om personalprinciperna enligt framställan.

Visningsrättigheter för Olympiska spelen 2018 och 2020

Styrelsen beslöt att godkänna avtalet med Discovery om visningsrättigheterna för Olympiska spelen 2018 och 2020.

STYRELSEN 22.6

Principuppsättning för intern kontroll samt justering av bolagets principer som fastställts av styrelsen

Styrelsen beslöt att principdokumenten för intern kontroll inte längre ska fastställas årligen av styrelsen, utan att principerna behandlas i samband med betydande ändringar eller åtminstone vart tredje år.

Konkurrensutsättning av partner för intern revision

Styrelsen beslöt om val av partner för intern revision efter konkurrensutsättning.

STYRELSEN 24.8

Omstrukturering av tv-kanalerna och nytt helhetskoncept för Yle Arenan

Styrelsen beslöt att föreslå att förvaltningsrådet verkställer förhandsprövning enligt lagen om Rundradion innan det slår fast den nya tv-kanalstrukturen och det nya helhetskonceptet för Yle Arenan.

Friare tillgång till dramaarkivet

Styrelsen beslöt att godkänna avtalen som förhandlats fram med upphovspersons- och upphovsrättsorganisationerna om att lägga fram Yles egenproducerade utbud av drama och hörspel på Yle Arenan.

STYRELSEN 12.10

Godkännande av teamkort

Styrelsen beslöt att fastställa utfallet för teamkortspremierna för utbetalning enligt målen per halvårsperiod enligt framställan.

Riktlinjer för ekonomi och verksamhet

Styrelsen slog fast förslaget till förvaltningsrådet om riktlinjer för ekonomin och verksamheten.

STYRELSEN 19.10

Betydande nedskärning av produktionsverksamheten

Styrelsen beslöt att som en del av verkställandet av den parlamentariska arbetsgruppens riktlinjer utreda ändringar i produktionsstrukturen och inleda förhandlingar enligt lagen om samarbete inom företag.

Styrelsens beslut verkställs med beaktande av de riktlinjer som förvaltningsrådet fastställer i sitt sammanträde 25 oktober.

Sammansättningen av direktörernas och chefernas styrkort 2017

Styrelsen beslöt att godkänna utformningen av direktörernas och chefernas styrkort för 2017 enligt framställan.

Teamkort 2017

Styrelsen fattade beslut enligt framställan om utformningen av teamkorten 2017.

Yles riktlinjer för premiering 2017

Styrelsen fattade beslut enligt framställan om riktlinjerna för premiering 2017.

Försäljning av Stora smedjan till Rundradions pensionsstiftelse

Styrelsen beslöt att fortsätta behandlingen av ärendet efter utredning.

Finansministeriets förbindelse för aktierna i Fastighetsaktiebolaget Mannerheimvägen 13a

Styrelsen beslöt att inte utnyttja möjligheten att sälja det i förbindelsen fastställda aktieinnehavet till Senatsfast-

igheter. Styrelsen lämnar beslutet till förvaltningsrådet för kännedom.

Vikariat för ansvarig redaktör för Yle Sápmi

Styrelsen beslöt enligt framställan att ansvariga redaktören för Yle Sápmi Pirita Näkkäläjärvi vikarieras av Maria Saijets under Näkkäläjärvis studieledighet från 12 september 2016 till 30 september 2017.

STYRELSEN 17.11

Verksamhetsplan och budget 2017

Styrelsen fattade beslut enligt framställan om verksamhetsplanen och budgeten för 2017.

Principer för intern revision

Styrelsen beslöt om principerna för intern revision enligt framställan.

Ledningens styrkort

Styrelsen fattade beslut om ledningens styrkort enligt framställan.

Principer för programutbudet vid kommunalvalet 2017

Styrelsen beslöt att föreslå att förvaltningsrådet fastställer de principer som ska iakttas i Rundradions valprogram. Förvaltningsrådet tillställs också Yles valprogram i tv och radio vid kommunalvalet 2017.

Förhandlings- och offertbefogenheter för stortävlingar inom sport

Inlösen av aktierna i Mediapolis hall

Styrelsen beslöt att lösa in 465 aktier i fastighetsbolaget Kiinteistö Oy Technopolis Tohloppi som berättigar till besittning av tillbyggnaden av Mediapolis hall.

STYRELSEN 14.12

Försäljning av Stora smedjan till Rundradions pensionsstiftelse

Styrelsen slog fast villkoren för överlåtelse av Stora smedjan till Rundradions pensionsstiftelse.

Avtal med Teosto

Styrelsen beslöt att godkänna resultatet av förhandlingarna mellan Rundradion och Teosto rf som underlag för avtalet för 2017.

Avtal med Gramex

Styrelsen beslöt att godkänna resultatet av förhandlingarna mellan Rundradion och Gramex rf som underlag för avtalet 2017.

FÖRVALTNINGSRÅDETS MEDLEMMAR 2016

Kimmo Kivelä, ordförande
Kalle Jokinen, vice ordförande –9.9
Arto Satonen, vice ordförande 13.9–
Mikko Alatalo
Maarit Feldt-Ranta
Olli Immonen
Ilkka Kantola
Jyrki Kasvi
Jukka Kopra
Hanna Kosonen
Suna Kymäläinen
Eero Lehti
Mika Lintilä
Lea Mäkipää 23.9–
Mikaela Nylander
Markku Pakkanen
Jaana Pelkonen
Jari Ronkainen
Joona Räsänen –9.11
Matti Semi
Maria Tolppanen –22.9, 10.11–
Ari Torniainen
Mirja Vehkaperä
Personalens representanter i förvaltningsrådet Jari Niemelä och Jukka Kuusinen

STYRELSENS MEDLEMMAR 2016

Thomas Wilhelmsson, ordförande
Laura Kolbe, vice ordförande
Carina Geber-Teir
Heikki Hellman
Jussi Karinen
Kirsi-Marja Laitinen-Blomster
Ilkka Wäck
Personalens representant i styrelsen
Arto Nieminen

SAMETINGETS UTLÅTANDE

SÁMEDIGGI
SÄMITIGGE
SÄÄ'MTE'ĞĞ
SAAMELAISKÄRÄJÄT

Sametingets utlåtande om Rundradions förvaltningsråds berättelse till riksdagen för 2016 beträffande program och tjänster på samiska

Rundradion Ab:s begäran om utlåtande 31 januari 2017

1. SAMERNAS STÄLLNING

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

2. YLE SÁPMI OCH DESS VERKSAMHET

För samerna är samesamhällets 70-åriga Yle Sápmi mer än ett medium. Det är en av de absolut viktigaste samiska institutionerna i Finland. Samesamhället har höga förväntningar på medieproduktionen på samiska som ska upprätthålla, utveckla och uppdatera det samiska språket, den samiska kulturen och den samiska identiteten. Yle Sápmi ska betjäna alla samiska språk- och åldersgrupper jämlikt. Radionyheterna på samiska spelar en synnerligen viktig roll för åldringar och samer som inte använder sociala medier. Yles public service-uppdrag omfattar bland annat att tillhandahålla ett mångsidigt och omfattande allmännyttigt televisions- och radioprogramutbud med tillhörande special- och tilläggstjänster för alla på lika villkor. Radionyheter på samiska sänds på morgonen kl. 8.00–9.30 varje halvtimme och ett nyhetssammandrag sänds kl. 12.00. Sametinget betonar vikten av Yle Sápmis radionyheter och ser det som viktigt att Yle Sápmi även under dagen erbjuder radiolyssnarna nyhetsutbud.

Yle Sápmi har i flera årtionden spelat en betydande roll när det gäller att befästa de samiska språken, de samiska traditionerna och den samiska kulturen och identiteten. Yle Sápmis nyhets- och aktualitetsredaktion upprätthåller det traditionella ordförrådet samtidigt som den lyfter fram aktuell samisk vokabulär för det dagliga språkbruket. Barnprogrammen i tv och radio stödjer och befäster de samiska barnens språkliga utveckling och identitet. Yle Sápmis tv-program med textning ger majoritetsbefolkningen och dem som inte behärskar samiska information om såväl samerna som andra urfolk. Yle Sápmi har verksamhet på de tre samiska språken samt på finska, med andra ord på fyra språk. Denna språkliga mångfald bör

uppmärksammas bättre i budgeten för Yle Sápmi.

Merparten av Yle Sápmis programutbud är på nordsamiska, men en del är också på enare- och skoltsamiska. Sametinget påpekar att när ett program innehåller inslag på samtliga samiska språk eller två av de samiska språken, kan personer som behärskar endast ett av språken inte ta del av hela programmet. Samiskspråkiga program bör med andra ord bara innehålla ett av de samiska språken åt gången, och således kunde programtiden med fördel ökas för de enskilda språken.

Yle Sápmi är en av den finskspråkiga Nyhets- och aktualitetsverksamhetens regionala redaktioner, men dess verksamhet sträcker sig utanför samernas hembygdsområde och betjänar den samiskspråkiga gemenskapen runtom i Finland. På vardagar producerar redaktionen nyheter, aktualiteter och kulturprogram på samiska samt barn- och ungdomsprogram och andliga program och innehåll på de tre samiska språken i radio, tv och på webben.

Sametinget framhåller att Yle Sápmi bör utveckla och utöka utbudet av aktualitetsprogram för mer täckande bevakning av politiska och sociala frågor i samesamhället. Exempelvis i radioprogram skulle medlemmar av samesamhället kunna delta i den politiska debatten och samhällsdebatten bland annat om Sametingets åtgärder eller andra frågor som berör samerna.

Yle Sápmis radiosändningar på samiska, de samnordiska tv-nyheterna Oođđasat och Yle Sápmis tv-nyheter är synnerligen viktiga för utvecklingen av informationsförmedlingen på det egna språket och de har bidragit till större synlighet och hörbarhet för de samiska språken. Yle Sápmi har fortsatt att ta fram programproduktioner för alla åldersgrupper. Yle Sápmi producerar största delen av sitt utbud på de samiska språken och avviker på så sätt från de samiska redaktionerna i de övriga nordiska länderna som till exempel lägger ut webbnyheter övervägande på rikksspråket, det vill säga svenska och norska.

2.1. UTVECKLING AV YLE SÁPMIS VERKSAMHET OCH STÄLLNING

Sametinget vill uppmärksamma Yle på att öka den totala programtiden och personalstyrkan för Yle Sápmi på samtliga samiska språk så att det är möjligt att producera program på ett språk utan att det påverkar resurserna och programtiden för de övriga språken.

Sametinget anser att Yle Sápmi bör öka programproduktionen på enaresamiska och skoltsamiska så att programmen endast innehåller respektive språk.

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

Sametinget föreslår att Yle Sápmis roll ska utvecklas i Yles organisation för att nå samma status som Svenska Yle har och att resurserna för Yle Sápmi ökas med beaktande av att verksamheten sker på tre samiska språk och finska. Dessutom bör Yle Sápmi få mera programtid i tv och radio med beaktande av Yles samhällsåtaganden överlag.

3. BARNPROGRAM

Enligt Yles berättelse förblev verksamhetsbetingelserna för tv-programmet för barn Unna Junná oförändrade. År 2016 producerades programmet i 30 avsnitt på tre samiska språk, med andra ord var antalet avsnitt detsamma som året innan. Sametinget anser att 30 avsnitt av tv-programmet för barn Unna Junná

är otillräckligt och att antalet bör ökas till 52 avsnitt per år för att Yle ska uppfylla sitt public service-uppdrag. Sametinget föreslår att Yle anvisar Yle Sápmi en bestående och tillräcklig finansiering som täcker kostnaderna för produktion av barnprogram och för anställning av den personal som behövs för programverksamheten.

Samiska barn behöver ett utbud av barnprogram på sitt eget språk samt webbappar och spel med samiskt kulturinnehåll, på samma sätt som Lilla Tvåan. För likabehandling av samiska barn ska även de ha ett året-runt-utbud av barnprogram och webbspel på sitt eget språk. Yle Sápmis samiska barnprogram spelar en mycket viktig roll när det gäller att stärka de samiska barnens och ungdomarnas uppskattning för och användning av det egna språket, vilket är synnerligen viktigt i en annars finskspråkig kulturmiljö. Att i medierna få höra och uppleva det egna språket och den egna kulturen stödjer uppbyggnaden av en stark samisk identitet. Enligt Yles berättelse har de preliminära planerna på en egen webbplats inte avancerat. Sametinget ser beklagligt på detta och anser att webbplatsen bör realiseras. Vid sidan av Unna Junná borde det finnas andra barnprogram i tv på samiska.

4. PRODUKTION AV UNGDOMSPROGRAM PÅ SAMISKA

Enligt Yles berättelse fortsatte radioprogrammet för unga vuxna Sohkaršohkka som föregående år. Utöver ett radioprogram varje vecka tog redaktörerna för Sohkaršohkka fram innehåll på sociala medier, som videor från festivaler och andra evenemang. Enligt Yles berättelse är Sohkaršohkka ett viktigt utvecklingslaboratorium för radio på Yle Sápmi. Av berättelsen framgår inte hur bolaget ska trygga framtiden för Sohkaršohkka. Ett pilotprojekt 2016 var tv-programmet Sohkaršohkka-tv som riktade sig till unga vuxna. Det gjordes på de tre samiska språken och i samarbete med Centret för konstfrämjande och Sameområdets utbildningscentral.

Sametinget vill uppmärksamma Yle på att Yle Sápmi saknar programutbud för unga, eftersom Sohkaršohkkas målgrupp är unga vuxna. Sametinget anser att Yle Sápmi bör utveckla sitt utbud av ungdomsprogram och att Yle bör anvisa resurser till detta.

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

5. PROGRAMUTBUD PÅ ENARE-, SKOLT- OCH NORDSAMISKA

De samiska språk som talas i Finland håller på att dö ut. Deras existens är hotad på samernas hembygdsområde och i hela Finland. Unesco har klassificerat de samiska språken som hotade. Yle Sápmi spelar en mycket viktig roll i programutbudet på enaresamiska och skoltsamiska. Yle Sápmi är det enda mediet där det dagligen går att höra och läsa enare- och skoltsamiska över hela världen, och därmed är ansvaret stort. Yle Sápmi bidrar med ett stort ansvar för att enaresamiskan och skoltsamiskan ska bevaras i offentligheten, både i tal och i skrift. Det bör finnas programutbud för varje språkgrupp och utbudet bör vara tydligare uppdelat. Det har lagts till innehåll på skoltsamiska och enaresamiska i Yle

Sápmis programutbud, men enligt Sametinget uppfyller utbudet ännu inte Yles public service-uppdrag gällande enaresamiskan och skoltsamiskan.

Programtiden för olika samiska program ska läggas till i Yle Sápmis totala programtid, så att inte det ökade antalet samiska program minskar programtiden för andra samiska program.

6. RESURSTILLDELNING I YLES SAMISKA PROGRAMPRODUKTION

Sametinget betonar att lagen om Rundradion garanterar Yle fasta inkomster och att detta borde synas bättre i finansieringen av Yle Sápmi. Yle Sápmi har fått mycket till stånd trots små resurser och verksamheten har varit effektiv. Under 2016 inträffade flera nationellt viktiga händelser för samerna, bland annat invigningen av sametingets nya mandatperiod, som Yle Sápmi rapporterade om i direktsändning med referat på samiska på Yle Arenan. Sametingets konstituerande möte sändes direkt i radio. På webben fanns liveuppföljning av Sametingets sammanträden i form av artiklar som uppdaterades hela tiden. Samernas möjligheter att få tillförlitlig och aktuell information på eget språk har blivit betydligt bättre de senaste åren, men enligt Sametinget är det en brist att Yle Sápmis radionyheter och nyhetssammandrag till största del sänds på morgonen. Radionyheterna behövs för en publik som huvudsakligen består av äldre personer och samer som på grund av arbete (renskötsel, fiske) eller bilfärder inte kan titta på tv eller följa med sociala medier.

Yles finansiering till Yle Sápmis verksamhet borde bättre än i dag avspegla att Yle Sápmi uppfyller Yles samhällsåtaganden även i andra avseenden än beträffande de samiska språken. Yle Sápmi betjänar inte bara samerna utan hela finländska samhället. Enligt Yles berättelse spelar Yle Sápmi en viktig roll för bevaring och revitalisering av de samiska språken och det samiska kulturarvet samt befästning av den samiska identiteten. Sametinget anser också att dessa uppgifter är viktiga, men att Yle Sápmis betydelse ändå inte har avspeglats i anslagen till Yle Sápmi. Sametinget betonar vikten av barn- och ungdomsprogram på samiska. Yles tjänster ska omfatta även barn och unga, framtidsgenerationerna. För att trygga utbudet av Yles radio- och tv-program för barn, unga och unga vuxna behöver Yle Sápmi tillräckliga resurser.

7. YLE SÁPMIS PROGRAMPRODUKTION I SAMERNAS HEMBYGDSOMRÅDE

Sametinget anser att det är viktigt att Yle Sápmi utvecklar sin verksamhet genom att producera nyheter och andra samiska program ännu mer utifrån det egna perspektivet.

Yle Sápmis verksamhet är i huvudsak koncentrerad till Enare. Det finns en reporter i Enontekisregionen och tidvis en även i Utsjoki. Det bör finnas ett lika täckande programutbud för hela samernas hembygdsområde, inklusive det södra sameområdet. Samernas hembygdsområde är vidsträckt och därmed utgör koncentreringen av nyhetsverksamheten till ett eller två områden ett problem både för nyhetsproduktionen och med tanke på språket. De områden som saknar en egen redaktör får mindre eller ingen uppmärksamhet i nyheterna. Sametinget anser det viktigt att samerna kan höra nyheter om händelser i sitt eget område och på sin dialekt. I Finland talas öst- och västdialekt av nordsamiska. Yle Sápmis verksamhet bör utvecklas så att nyhetsutbudet bättre täcker samernas hela hembygdsområde och språkvarianterna på de olika områdena.

8. YLE SÁPMIS LJUDARKIV

Enligt Yles berättelse har digitaliseringen av Yle Sámi Radios arkiv framskridit. Sametinget uttrycker sin oro över att arbetet har finansierats inom den gällande budgeten genom att skära ner på

radioproduktionen. Sametinget betonar att Yle Sápmis budget inte räcker till för uppgifterna och verksamheten på tre samiska språk och finska, och att ett dylikt storprojekt bör finansieras separat. Enligt Yles berättelse innehåller arkivet ovärderligt material. Sametinget anser det oroväckande att Yle inte har anvisat Yle Sápmi ekonomiska resurser för digitaliseringen av ett så betydelsefullt och omfattande ljudarkiv. Med tanke på likabehandling av samerna samt Yles public service-uppdrag bör Yle finansiera det digra arbetet så att det inte drabbar Yle Sápmis övriga programproduktion i radio och tv.

9. YLE SÁPMIS LOKALER

Yle Sápmi saknar permanenta och ändamålsenliga lokaler vilket har betydande konsekvenser för Yle Sápmis programproduktion på samiska och för samiskans ställning samt för uppfyllandet av Yles public service-uppdrag. Under 2014 uppdagades problem med inomhusluften i Yle Sápmis lokaler, vilket påverkade Yle Sápmis verksamhet. Yle Sápmis redaktion arbetade under berättelseåret i flera olika tillfälliga lokaler, där tekniska och fysiska begränsningar bromsade upp utvecklingen av samarbetet mellan tv och radio. Enligt berättelsen var detta orsaken till att utvecklingsarbetet fokuserade på nya plattformar för webbutbud.

Sametinget anser att Rundradion ovillkorligen ska ordna ändamålsenliga och permanenta lokaler för Yle Sápmi. Avsaknaden av lämpliga lokaler påverkar medarbetarnas välmående, ork i arbetet och engagemang samt Yle Sápmis framtid och fortlevnad. Sametinget framhäver att Yle Sápmi fortfarande behöver en egen studio i samernas hembygdsområde. En egen studio är viktig för samesamhället som ett verktyg för att främja både modern musik på samiska och traditionell jojk. Yle ska skapa likvärdiga ramar för nyhetsverksamheten på samiska som för nyheter för majoritetsbefolkningen. Yle Sápmis mångåriga utvecklingsarbete med fina framgångar för att stärka samekulturen och de samiska språken bör tryggas även i framtiden.

Tiina Sanila-Aikio
ordförande

Siiri Jomppanen
språkskyddssekreterare

(Ordförande godkände utlåtandet 27 februari 2017 efter att ha hört styrelsen.)

MEDIEFÖRBUNDETS UTLÅTANDE

medieförbundet

Till Rundradion Ab:s förvaltningsråd
28 februari 2017

Rundradion Ab:s förvaltningsråds begäran om utlåtande 17 februari 2017

RUNDRADIONS PARTNERSKAP OCH SAMARBETE MED PRIVATA MEDIER 2016

Medieförbundet tackar för möjligheten att få uttala sig om partnerskap och samarbete enligt Rundradions förvaltningsråds berättelse för 2016.

1. Medieförbundet har inget att anmärka mot att Rundradion anlitar extern kompetens och externa samarbetsparter vid verkställandet av sitt public service-uppdrag och annan tillåten verksamhet.

Public service definieras i 7 § i lagen om Rundradion Ab (1380/1993). Public service omfattar att tillhandahålla radio- och tv-programutbud och annat public service-innehåll för alla på lika villkor.

Enligt 1 § i lagen om Rundradion Ab kan Rundradion utöver den allmännyttiga verksamheten även bedriva annan verksamhet enligt sin bolagsordning. Enligt bolagsordningen kan bolaget även bedriva annan verksamhet som stödjer den allmännyttiga rundradioverksamheten, och en sådan verksamhet ska särredovisas från den allmännyttiga rundradioverksamheten.

2. Det lagstadgade public service-uppdraget samt bestämmelserna i bolagsordningen om verksamhet som stödjer den allmännyttiga rundradioverksamheten fastställer gränserna för Rundradions samarbete.

Medieförbundet vill fästa förvaltningsrådets uppmärksamhet på att enligt berättelsen är målet för Rundradions partnerskap bland annat regional utveckling och att skapa arbetstillfällen. Vi ställer frågan huruvida dessa mål (som i sig är positiva) hör till public service-uppdraget och ska finansieras med Yleskatten.

3. Samarbetet mellan Rundradion och de privata medierna utgår dels från Rundradions public service-uppdrag, dels från varje medieföretags affärsstrategi.

Medieförbundet ser positivt på de i förvaltningsrådets berättelse beskrivna samarbetsformerna mellan Rundradion och de kommersiella medierna i fråga om produktion och distribution av innehåll.

Kärnan i samarbetet är att öka pluralismen och polyfonin inom medierna. En public service-aktör ska inom ramen för sitt samhällsansvar bland annat oavbrutet bedöma sina tjänsters marknadspåverkan och minimera de negativa konsekvenserna.

På ett litet språkområde och en liten mediemarknad bör samarbetet bygga på en bred bas. Även små och specialiserade medieaktörer bör erbjudas möjlighet

att delta i samarbetet. Ett bra exempel på detta är Rundradions samarbete med svenskspråkiga medieföretag.

Samarbetet med kommersiella medier ska ses uttryckligen som ett samarbete med innehållsansvariga medieaktörer. Däremot bör Rundradion inte rikta in sig på samarbete med exempelvis reklamfinansierade sociala medier och söktjänster, eftersom att stärka dem genom public service – till exempel genom gratisutbud – försämrar verksamhetsbetingelserna för de privata reklamfinansierade medierna och drabbar på så sätt mediepluralismen.

På det praktiska planet vill vi påpeka att synligheten av medievarumärket är en strategisk nyckelfråga för privata medieföretag. Därför är det viktigt att beakta synligheten av firmamärken och logotyper i olika former av samarbete.

Medieförbundet rf

Jukka Holmberg
verkställande direktör

Satu Kangas
direktör, juridiska ärenden och mediepolitik

PROFESSOR HANNU NIEMINENS UTLÅTANDE

HELSINGFORS UNIVERSITET

17.3.2017
Utlåtande om Rundradions förvaltningsråds berättelse till riksdagen för 2016

PÅ VILKET SÄTT BEAKTAR YLE I SITT UTBUD SYNPUNKTER SOM HAR ATT GÖRA MED ALLMÄNBILDNING OCH JÄMSTÄLLDHET OCH ERBJUDER MÖJLIGHET TILL LÄRANDE OCH SJÄLVUTVECKLING

Enligt lagen om Rundradion (1380/1993) är Yles uppgift bland annat att "3) i programutbudet beakta synpunkter som har att göra med allmänbildning och jämställdhet, erbjuda möjligheter till lärande och självutveckling, lägga vikt vid program avsedda för barn och ungdomar samt tillhandahålla andaktsprogram, 4) behandla den finskspråkiga och svenskspråkiga befolkningen på lika grunder i programverksamheten samt tillhandahålla tjänster på samiska, romani och teckenspråk och i tillämpliga delar även för andra språkgrupper i landet, 5) stödja tolerans och kulturell mångfald samt sörja för programutbud även för minoriteter och specialgrupper" (7 §).

Hur väl klarar Yle av sitt åtagande och uppdrag? Det är svårt att göra en bedömning, av två orsaker. För det första följer programproduktionsorganisationen inte dessa uppgifter direkt, vilket försvårar tillämpningen av entydiga indikatorer. För det andra framgår det inte av de tillgängliga uppgifterna vilka konkreta mål Yle har ställt för att uppfylla sitt åtagande. De offentliga uppgifterna om antal tittare/lyssnare/besökare ger en viss indikation, men det skulle vara lättare att göra en bedömning mot jämförelsedata från tidigare år.

Allmänt taget uppfyller Rundradion sina strategiska löften och sina åtaganden enligt Rundradiolagen på många olika sätt. Om man anser att Yles åtagande för allmänbildningen omfattar framför allt konst- och kulturutbud och vetenskapsprogram, är utbudet synnerligen gott både kvantitativt och kvalitativt. Yle arbetar mest konsekvent för att uppfylla sin lagstadgade uppgift "[att] erbjuda möjligheter till lärande och självutveckling" i webbtjänsterna. På webben finns gott om utbud för utbildning och lärande. Ett exempel är "Nyhetsskolan", som är en utmärkt idé som verkställs med ett utmärkt koncept. Det problematiska är likväl att materialet för utbildning och lärande är utspritt och svårt att hitta. Det saknas också en övergripande framställning av vem som är den tilltänkta målgruppen för innehållet och hur innehållet är avsett att användas.

Yles svenskspråkiga utbud i tv och radio har en etablerad publik och antalet webbanvändare ökar. I Yles programutbud på samiska har både volymen och mångsidigheten ökat. Rundradion har ökat sitt regelbundna nyhetsutbud till andra språk- och kulturgrupper, trots att antalet sändningsminuter per år fortfarande är litet. Utvecklingen av tjänster för specialgrupper, som personer med nedsatt hörsel eller syn, har fått hjälp av de nya digitala möjligheterna. Till denna

del uppfyller Yle sitt åtagande enligt både strategin och lagen. Däremot är det oklart hur väl Rundradion som arbetsgivare har lyckats med att beakta principerna för likabehandling och kulturell mångfald.

Rundradions strategi innehåller följande löfte: ”Vi hittar nya sätt att finnas till för unga”. Konkurrensen med de kommersiella tjänsteleverantörerna om ungdomars tidsanvändning är hård. Rundradion arbetar för att tilltala ungdomar genom sin kanalprofilering i både radio och tv, samt genom att ta fram progressiva och mångmediala programformat där sociala medier spelar en viktig roll. På vissa punkter har Rundradion lyckats bra, vilket bevisas bland annat av populariteten för ”Docventures”. Trots det är det svårt att få en helhetsbild av Rundradions strategi för unga.

Den allmänna bedömningen är att Rundradion tar sitt åtagande enligt Rundradiolagen på allvar. Samtidigt framträder klart några fokuspunkter för förbättring. För det första skulle det med bättre jämförbara målsättningar vara lättare att utvärdera Yles verksamhet. För det andra bör Rundradion tänka ut bedömningskriterier för verksamhetens effektivitet. Renodlat kvantitativa indikatorer ger inte tillräckligt bra utslag för betydelse och effektivitet i samhället. För det tredje, genom att bolaget koncentrerar programproduktionen till större enheter, är det viktigt att Rundradion i all sin verksamhet bevarar sin synlighet runtom i landet och lever upp till sitt löfte om att vara nära folket.

ORDLISTA

360-VIDEO
360-video skapas med en specialkamera som registrerar 360 grader samtidigt, och tittarna kan sedan rotera perspektivet fritt. För att titta på 360-video behövs VR-glasögon, där tittaren vänder på huvudet för att byta perspektiv, eller en mobilapparat där bildvinkeln byts genom att man vrider på telefonen. Videobilden återges i 3D om bildmaterialet har spelats in med en 3D 360-kamera.

AOD, AUDIO ON DEMAND
En ljudfil som kan laddas ner till lyssnarens egen apparat eller sändas som direktuppspelning (streaming) över internet.

AR, AUGMENTED REALITY
Med förstärkt verklighet avses en vy eller ett system där artificiella, datorgenererade data,vanligen ljud eller grafik, läggs över bilden av den fysiska miljön. Den sammansatta bilden visas på en skärm, till exempel på smarttelefon eller en separat spelenhet.

CHATTROBOT
Chattrobotar, eller dialogrobotar, är datorprogram som kan föra en dialog med människor. Roboten identifierar temat i diskussionen utifrån nyckelord och kan svara eller ställa motfrågor.

DIGITAL KOMPETENS
Färdigheter eller kompetens som behövs för användning av olika digitala verktyg och system.

HD-TV
High Definition Television, högupplösningstelevision. I en HD-tv är upplösningen både vertikalt och horisontalt ungefär dubbelt så skarp som i vanliga tv-apparater. För att bildkvaliteten i en HD-tv ska vara bättre, måste programmen produceras och sändas med HD-teknik.

Mottagning av högupplösningssändningar förutsätter en HD-tv-tuner.

HDR
High Dynamic Range är en teknik som ger digitala bilder med större färg- och ljusintensitetsomfång än vanlig digital bild eller video.

INTERNET-TV, WEBB-TV
Tv-liknande tjänst som förmedlas via webben och kan ses via vilken som helst apparat som kopplas till nätet, allt från tv till smarttelefon. Webb-tv är operatoroberoende i motsats till IPTV.

IPTV-DISTRIBUTION, BREDBANDS-TV
IP = Internet Protocol. Tv-tjänster som erbjuds av teleoperatörer i bredbandsnätet och vanligen ses via tv. Mottagning förutsätter en IPTV-mottagare.

MARKNADSANDEL
Den tid som tillbringas med medier, t.ex. ett programs andel av den tid som läggs på lyssnande eller tittande under en viss tidsram. Marknadsandelen växer ju mera tid medieanvändarna tillbringar med aktörens utbud.

MÅNGMEDIAL
Mångmedial betyder att olika versioner av samma innehåll eller verk framställs på olika medier, och på sätt som är karakteristiska för de olika medierna. Exempelvis kan samma verk utges som bok, hörspel och tv-program.

SD-TV
Standard Definition Television, konventionell upplösning för sändning och mottagning av tv-signal. Term soim beskriver bildskärpan, bildupplösningen: SD – standardupplösning (jfr. HD – högupplösning).

RÄCKVIDD
Räckvidden anger hur många personer eller en hur stor andel av målgruppen som följer ett mediebolag. Talet växer ju fler personer som tillbringar tid med bolagets utbud, även om tiden inte är speciellt lång.

SMART-TV
Smart-tv är ett allmänbegrepp på en tv-apparat som är kopplad till internet. De nya tv-mottagarna har oftast en inbyggd internetanslutning (produktnamnen hos de olika tillverkarna, t.ex. Smart TV eller Connected TV). Dessutom finns det externa bredbandsmodem, eller modemdånglar, som när de kopplas till tv:n ger samma internetegenskaper som programkatalog eller andra appar.

TRANSMEDIAL
Med transmedial avses en berättelse som förmedlas genom flera medier. Berättelsen kan till exempel starta som tv-program, fortsätta i radio eller som tecknad serie. Ett spel eller ett live-evenemang kan ingå som del av berättelsen. Varje person i publiken kan själv välja vilken av dessa uttrycksformer han eller hon vill följa, och valet påverkar också upplevelsen. Transmediala projekt gör ofta publiken delaktig (jfr multimedial).

ULTRA HD, 4K-KVALITET
Det senaste formatet för optimal och detaljerad tv-bild med HD-upplösning.

VOD, VIDEO ON DEMAND
Videofil som man kan titta på via direktuppspelning (eng. streaming) på webben.

VR, VIRTUAL REALITY
Virtuell verklighet, en artificiell omgivning som skapas med hjälp av datorsimulering, där tittaren upplever sig smälta in i bilden. Med hjälp av VR-apparater kan man både se syntetiska omgivningar (simulation) och 360-videor. Det går också att tekniskt skapa en artificiell ljudvärld. För att kunna uppleva den virtuella verkligheten används exempelvis en VR-hjälm eller VR-glasögon.

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

Strategi/Ekonomi/Kommunikation
Redigering: Kirsi Brück

Layout: Laura Rahinanttti
Tryck: Kopio Niini 4/2017
ISSN: 1795-0775

yle
Mitt. Ditt. Vårt.