Förvaltningsrådets berättelse till riksdagen om Rundradions verksamhet

2018

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

B 10/2019 rd

Yle – någonting för envar

FÖRVALTNINGSRÅDETS ORDFÖRANDE

Den här berättelsen till riksdagen är den sista som avges av det förvaltningsråd som tillsattes 2015. Det är en av de allra första uppgifterna som den nya riksdag som väljs våren 2019 får ta itu med.

De senaste fyra åren har varit fyllda med mycket arbete och många händelser. Omvälvningarna på mediefältet sker allt snabbare, mediekonsumtionen har individualiserats och mängden fejknyheter av olika slag har ökat. När omvärlden ser ut så, ökar betydelsen av ett public service-bolag som levererar tjänster med professionalism och hög yrkesetik.

Diskussionen kring Yle har varit både livlig och mångsidig de senaste åren. Riksdagsledamot Arto Satonen ledde en parlamentarisk arbetsgrupp vars riktlinjer har genomförts. Även lagstiftningen om Yle har justerats och uppdaterats. Det har framförts planer på att flytta Yles finansiering till statsbudgeten. Bolaget har samarbetsförhandlat och varit tvunget att säga upp medarbetare, omorganiserat den finska regionala verksamheten, avstått från lokalerna i Stora smedjan samt minskat personalstyrkan. På grund av diverse orsaker har övergången till HD-distribution inte framskridit enligt planerna. Yle Arenan är en del av vardagen för en växande skara finländare, även utomlands.

Utan att överdriva kan man säga att Yle är en del av den finländska livsstilen. Genom Yle kunde vi leva med i Iivo Niskanens guldbragd, på ett smidigt sätt följa valvakan vid presidentvalet och ta del av aktuella händelser från både när och

fjärran. Yle har bjudit på nytta och nöje, fakta och idéer. Ibland har vi också strukit mothårs.

Under berättelseåret fick Yle en ny verkställande direktör då Merja Ylä-Anttila tog över posten i början av september. Jag önskar henne styrka, vishet och visionärt mod i den krävande och viktiga uppgiften.

De senaste fyra åren som förvaltningsrådets ordförande har varit en positiv och givande tid. Yle är ett storartat bolag med ett bra team och kunnig ledning. Ordet ”tack” känns som ett alltför anspråkslöst uttryck för det jag vill säga till Yles personal samt personerna i bolagets styrelse och förvaltningsråd. Det har varit fint att få samarbeta med er. Ett public service-bolag som arbetar på ett ansvarsfullt sätt är en nationalskatt.

Helsingfors 2 april 2019 på Rundradion Ab:s förvaltningsråds vägnar

Kimmo Kivelä
ordförande

Sammandrag

År 2018 var på många sätt ett gott och framgångsrikt år för Yle. Yle uppnådde de viktigaste långsiktiga målen för kundrelationer och stärkte förhållandet till publiken. Enligt undersökningar anser finländarna att betydelsen av Yles public service-roll i samhället har ökat och att bolaget har lyckats i sitt uppdrag.

Yles public service-utbud i radio och tv ökade något jämfört med året innan. Yle satsade under året kraftigt på utbudet på Yle Arenan och fortsatte insatserna för att utveckla tjänsterna på mobil- och webbplattformar och göra det lättare att hitta innehåll.

95 procent av finländarna tog till sig Yles innehåll och tjänster varje vecka, vilket var en ökning med två procentenheter jämfört med året innan. Räckvidden utvecklades positivt också bland under 45-åringar.

Veckoräckvidden för Yles tv-kanaler och radio fortsatte att backa, medan veckoräckvidden på webben ökade, vilket avspeglar den allmänna trenden inom mediekonsumtion. Intresset för Yles innehåll och tjänster bland hela befolkningen var 83 procent, det vill säga oförändrat jämfört med året innan.

Yle TV1 var fortfarande den mest sedda tv-kanalen och Yle Radio Suomi den mest lyssnade radiokanalen i Finland 2018. Yle Arenan utsågs till Finlands ledande nätvarumärke i Taloustutkimus undersökning som omfattade 146 finländska och utländska webbtjänster.

Finländarna värdesätter Yles public service. På skalan 1–10 ger de Yles betydelse för samhället betyget 8,2, vilket är något bättre än året innan. Yles roll i den personliga medieanvändningen får betyget 7,3, vilket är en halv procentenhet bättre än året innan.

Överlag anser finländarna att Yle har skött sitt public service-uppdrag väl. Snittbetyget 4,59 på skalan 1–6 är något längre än året innan, men bättre än för tre år sedan.

Finländarna har fortfarande ett starkt förtroende för Yle. Enligt undersökningen ”Så värdefullt är Yle för finländarna” har 69 procent av finländarna mycket stort eller ganska stort förtroende för Yle. Endast tre procent uppger att de inte alls litar på Yle. Yle anses vara det mest trovärdiga mediebolaget, trots att andelen personer med mycket stort förtroende har minskat jämfört med föregående år.

Förtroendet för Yles nyhetsverksamhet är fortfarande starkt. Enligt den årliga enkätmätningen ligger förtroendet för Yles nyheter på 89 procent, och över hälften anser att Yle är Finlands ledande nyhetsaktör.

Yles utbud 2018 innehöll såväl stora evenemang som skapade gemenskap som specifika och målgruppsinriktade innehållsprojekt, granskande journalistik, drama och kultur av olika slag samt intressanta lanseringar. Hundraårsminnet av det finska inbördeskriget avspeglades på många sätt i programmen.

Till de största satsningarna under året hörde presidentvalet, toppmötet mellan USA:s och Rysslands ledare samt sommar-OS i Sydkorea och fotbolls-VM i Ryssland.

Yle har i enlighet med sin strategi utvecklat utbudet genom att satsa på kvalitet, starkare delaktighet och interaktion samt nya berättandeformer och utgivningssätt inom alla genrer. Tack vare utvecklingsinsatserna har Yle lyckats locka fler unga och unga vuxna till public service-utbudet.

Yle arbetade systematiskt för att ge specialgrupper bättre tillgänglighet till innehåll och tjänster genom att bland annat öka utbudet av syntolkade program. Dessutom etablerade bolaget Yle-rådet som i samarbete med Yle utvärderar och testar tjänster för att förbättra tillgängligheten.

Tillgången till Yle Arenan utomlands blev märkbart bättre när Yle, som andra rundradiobolag i världen, i december genomförde förordningen om dataportabilitet. Därmed kan personer som är fast bosatta i Finland, men som tillfälligt vistas i ett annat EU-land, ta del av innehållet på Arenan om de har ett Yle-konto.

Yle har också testat och introducerat nya tekniska lösningar som artificiell intelligens, robotik och röststyrning som varit till nytta i innehållsproduktionen. Övergången till högupplösta (HD) sändningar i det markbundna nätet, som skulle ske i början av 2020, sköts upp på grund av att upphandlingen överklagades.

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

Yles ekonomi hölls i balans. Räkenskapsperiodens förlust uppgick till 5,5 miljoner euro, jämfört med en vinst på 6,9 miljoner euro året innan. Variationen uppstår främst vartannat år till följd av regelbundet återkommande stora idrottsevenemang. Yles intäkter uppgick till sammanlagt 474,3 miljoner euro. Anslaget som baserar sig på Yleskatten uppgick till 461,8 miljoner euro. Eftersom inga indexjusteringar gjorts var beloppet detsamma som 2014–2017.

Yles personalstyrka var i stort sett oförändrad. Alla anställningar utgjorde i genomsnitt totalt 3 309 årsverken, vilket var 24 färre än året innan. Yle har systematiskt satsat på kompetensutvecklingen, nya arbetssätt och arbetskulturen inom bolaget. Yles nya verkställande direktör Merja Ylä-Anttila tillträdde i september 2018.

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

Innehåll

1. YLES PUBLIC SERVICE-UPPDRAG OCH STRATEGI 11

1.1 Rundradions uppdrag

1.2 Yles strategiska riktlinjer och mål

2. FÖRÄNDRINGAR I OMVÄRLDEN 15

2.1 Kommunikationspolitik och reglering av kommunikationen

2.2 Den kommersiella mediemarknaden

2.3 Utveckling inom medieanvändning

2.4 Utveckling inom medieteknik

2.5 Utvecklingstrender i europeiska rundradiobolag

3. YLES INNEHÅLL OCH TJÄNSTER 23

3.1 Yle i radio, tv och på webben

3.2 Yles utbud enligt genre

3.3 Tjänster på samiska

3.4 Tjänster för specialgrupper och andra minoriteter

3.5 Andaktsprogram

3.6 Programutbud för utlandet

3.7 Säkerhet, beredskap och myndighetsinformation

3.8 Inhemska producenters roll i Yles utbud

4. YLES VÄRDE FÖR FINLÄNDARNA 51

4.1 Yle och public service-uppdraget

4.2 Yles publik i tv, radio och på webben

4.3 Uppföljning av publikrespons och interaktion med intressenter

5. YLES VERKSAMHET: UTVECKLING OCH PRINCIPER 61
5.1 Utveckling av verksamheten
5.2 Partnerskap och samarbete med övriga medier
5.3 Samhällsansvar i Yles verksamhet
5.4 Oberoende och verksamhetsprinciper
5.5 Personalens utveckling

6. YLES FINANSIERING, KOSTNADSSTRUKTUR OCH FÖRVALTNING 69
6.1 Yles finansiering och intäkter
6.2 Utveckling av kostnadsstrukturen samt kostnader
6.3 Kostnader per innehållshelhet
6.4 Yles förvaltning och organisation

BILAGOR 74
Förvaltningsrådets- och styrelsens medlemmar och beslut 2018
Sametingets utlåtande

YLES UPPDRAG

Lag om Rundradion Ab,
7 §, Allmännyttig verksamhet

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

DEN PROGRAMVERKSAMHET SOM BEDRIVS I ALLMÄNNYTTIGT SYFTE SKA SÄRSKILT

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

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

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

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

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

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

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

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

Yles public service-uppdrag och strategi

1

- **Yle fortsatte genomförandet av strategin. Kontakten till publiken behölls stark.**
- **Yle betonar stärkandet av dialog, högklassiga tjänster och god personlig service.**
- **Merja Ylä-Anttila valdes till Yles nya verkställande direktör.**

1.1 RUNDRADIONS UPPDRAG

1.1

Yle är ett public service-rundradiobolag. Dess verksamhet bygger på lagen om Rundradion (1993/1380). De senaste revideringarna av lagen trädde i kraft 2017 (436/2017). Förvaltningsrådet övervakar att Yle uppfyller de specialuppdrag för bolagets allmännyttiga programverksamhet som fastställs i 7 § i Ylelagen.

Den programverksamhet som bedrivs som public service ska särskilt stödja folkstyret, 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-verksamheten utgår från Europeiska unionens fördrag. Enligt Amsterdamprotokollet (1997) har systemet för radio och tv i allmänhetens tjänst i vardera medlemsstat ett direkt samband med de demokratiska, sociala och kulturella behoven i varje samhälle och likaså behovet att bevara mångfalden i medierna.

1.2 YLES STRATEGISKA RIKTLINJER OCH MÅL

1.2

Yle fortsatte att verkställa strategin som antogs året innan och att se över sitt utbud och sina strukturer för att kunna svara på förändringarna inom medieanvändning, teknik och arbetskultur.

Strategin som antagits av förvaltningsrådet anger de allmänna riktlinjerna för Yles verksamhet vilka utgör underlaget för styrelsens beslut om utbudets riktlinjer och de viktigaste innovationsprojekten. De ansvariga redaktörerna, som utsetts i enlighet med lagen om yttrandefrihet, har ansvaret för innehållsbesluten.

I strategin anges följande fem fokusområden som kommer att vara bolagets särskilda prioriteter de närmaste åren:

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

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

Yle har starka band till sin publik, vilket ger bolaget goda förutsättningar för utveckling av verksamheten. För att Yle ska kunna bibehålla sin ställning i människors vardag är interaktion, ett högklassigt innehåll och personliga tjänster viktiga. Det starka förtroendet för och uppskattningen av Yle grundar sig på utbudets kvalitet och oberoende journalistik, vilka tryggas av väletablerade verksamhetsmodeller inom bolaget.

Medborgarnas rätt att få trovärdig och mångsidig information är synnerligen viktig i en tid som präglas av global instabilitet, ökande antal fejknyheter och desinformation. Yle och de övriga inhemska medierna spelar en avgörande roll som säkra källor av trovärdig information och mångsidigt innehåll. Enligt en undersökning gjord av Medieförbundet anser 96 procent av finländarna det viktigt att ett medieutbud som är starkt, mångsidigt och producerar inhemskt innehåll bibehålls i Finland. Andelen har ökat med nio procentenheter sedan den förra mätningen för två år sedan (Medieförbundet 13.11.2018). Samtidigt ökar utmaningarna i omvärlden.

Fragmentiseringen av mediekonsumtionen medför att Yle måste jobba hårdare för att profilera sina innehåll och tjänster i det globala utbudet. Därför satsar Yle på personifierade tjänster och mångsidigare dataanvändning i placeringen och publiceringen av innehåll.

Under 2018 genomförde Yle omfattande utvecklingsprojekt för att bland annat skapa en övergripande webbtjänst för sportutbudet på Yle Arenan, bereda förnyelsen av den finska regionala verksamheten, utveckla radio- och audioutbudet samt fortsätta arbetet med att förnya tjänsterna för unga. Yle utvecklade också publikdialogen och responshanteringen genom systematiska insatser.

I november fastställde förvaltningsrådet riktlinjerna för Yles ekonomi och verksamhet 2019–2020. De följer de tidigare fastställda linjedragningarna enligt vilka Yle erbjuder omfattande och mångsidig service för hela befolkningen på tillbörliga distibueringssätt, ökar satsningarna på webben, hämtar högupplöstinnehåll åt alla på lika villkor och håller ekonomin i balans. De nya riktlinjerna utgår ifrån att Yles finansiering ska justeras enligt lagen om statens televisions- och radiofond för att motsvara förändringarna i den allmänna kostnadsnivån.

Yle fick en ny verkställande direktör våren 2018 då Lauri Kivinen i början av året meddelade att han lämnar posten. Yles styrelse utsåg Merja Ylä-Anttila till ny verkställande direktör. Ylä-Anttila tillträdde i början av september.

Mission
Yle stärker det finländska samhället och den finländska kulturen.
Vision
Yle är det mest betydelsefulla mediet för finländarna och en modig förnyare inom branschen.
Värderingar
Yles värderingar är oberoende, trovärdighet och respekt för människan.

16:54:28 Studio 24
16:53:49

Förändringar i omvärlden

2

- **Under året gjordes inga ändringar i lagstiftningen om Yle.**
- **Mediekonsumtionen fragmenteras och den globala konkurrensen medför utmaningar för de finländska mediebolagen.**
- **Nya tekniska lösningar implementeras inom produktionen och distributionen av innehåll.**

Inga ändringar i lagstiftningen som skulle ha någon inverkan på Yles verksamhet var aktuella under 2018. Riksdagen godkände 2017 en ändring av lagen om rundradioskatt som trädde i kraft i början av 2018. Grunderna för skatteuttaget från privatpersoner ändrades så att maximibeloppet för skatten höjdes från 143 euro till 163 euro och 390 000 låginkomsttagare inte längre behövde betala Yleskatt.

2.1 KOMMUNIKATIONSPOLITIK OCH REGLERING AV KOMMUNIKATIONEN

2.1

År 2018 antog EU två direktivändringar som påverkar medieföretagens verksamhet. Omfattningen av bestämmelserna om sändningsplikt (must carry), som gäller distributionen av Yles tv- och radiokanaler, breddades något genom en ändring av direktivet om samhällsomfattande tjänster.

Direktivet om audiovisuella medietjänster (AVMS-direktivet) förnyades genom att nya bestämmelser om betalvideotjänster togs in. Direktivet skärper bland annat skyddet av minderåriga från skadligt innehåll och förbjuder våld, hat och uppvigling till brott kopplade till terrorism i olika medietjänster. Det mildrar även i viss mån begränsningar kopplade till mängden tv-reklam. Direktivändringarna torde inte ha någon större inverkan på Yles verksamhet. De exakta konsekvenserna klarnar i samband med det nationella genomförandet av bestämmelserna 2019–2020.

I många länder pågår en debatt kring riskerna med politisk påverkan genom sociala medier och fejknyheter. EU-kommissionen har lagt fram en uppförandekod mot desinformation som bland annat uppmanar plattformar som Facebook, Twitter och Youtube att starkare motverka desinformation genom självreglering. Tillsvidare har kommissionen inte gett någon bindande lagstiftning.

Beredningen av EU:s upphovsrättsdirektiv, som ska skärpa regleringen gällande de globala webbplattformarna, avancerade. Syftet med direktivet är att öka kreatörernas andel av intäkterna för det material som läggs ut på plattformarna. Under 2018 bereddes också en EU-förordning om förhållandet mellan webbplattformar och de företag som använder dem. EU-parlamentet och medlemsstaterna nådde politisk enighet om både direktivet och förordningen i februari 2019.

Genom den tidigare antagna dataportabilitetsförordningen kan EU-medborgarna ta del av onlinetjänster som de prenumererar på i hemlandet även då

de tillfälligt vistas i ett annat land inom EU. Public service-leverantörer får själva avgöra om de vill införa dataportabilitet. Yle började tillämpa förordningen på Yle Arenan i december 2018.

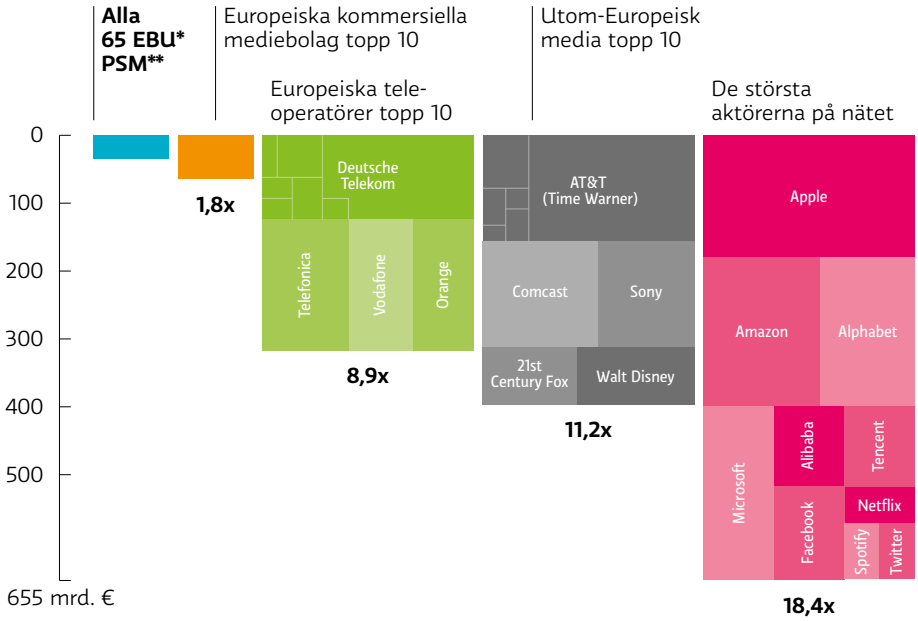
Sommaren 2018 antog statsrådet ett mediepolitiskt program som ska stärka verksamhetsförutsättningarna för de inhemska medierna. En av de centrala åtgärderna är att mervärdesskatten på digitala publikationer i juli 2019 sänks till 10 procent, det vill säga till samma skattesats som på tryckta tidningar. För närvarande är moms på digitala prenumerationer 24 procent.

Medieförbundet, som representerar de kommersiella mediebolagen, meddelade 21 juni 2017 att det hade bett EU-kommissionen utreda om den offentliga finansieringen av Yles textbaserade onlineinnehåll *de facto* strider mot EU-reglerna om statsunderstöd. Kommissionen har ännu inte kommit med ett avgörande.

2.2 DEN KOMMERSIELLA MEDIEMARKNADEN

Förändringarna inom mediebranschen fortsätter. Vissa sektorer växer, samtidigt som intäkterna från de traditionella

Omsättningen för centrala medieaktörer och en jämförelse med public service-bolag 2017, miljarder euro



*) European Broadcasting Union, Europeiska radio- och TV-unionen, 65 medlemsbolag
**) Public service-media
Källa: EBU, baserar sig på medlemsbolagens och övriga bolags bokslut

medierna minskar. Enligt Medieförbundet minskade omsättningen inom medie- och tryckeribranschen med fyra procent under första halvåret 2018. Minskningen antogs ändå plana ut under slutet av året.

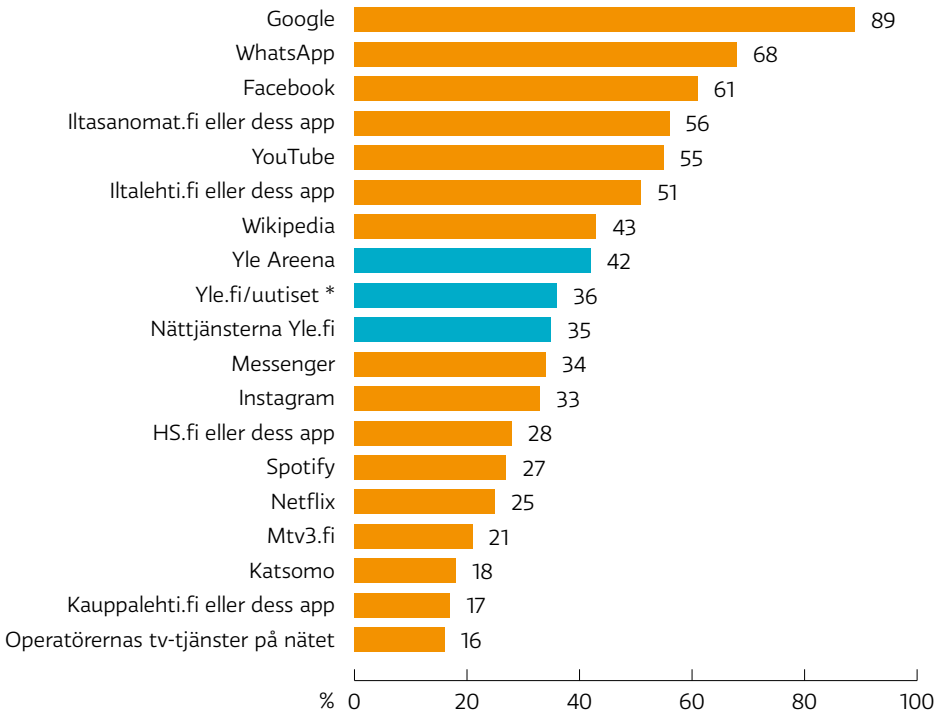
Enligt Kantar TNS och IAB Finland ökade volymen av mediereklam under 2018. Sammanlagt använde olika branscher 1 245 miljoner euro på mediereklam, vilket var en ökning med mer än två procent jämfört med året innan. Webbreklamens andel av all reklam är fortfarande störst. Den relativa ökningen var störst inom utomhusreklam. Däremot uteblev tillväxten inom printmedierna.

I Finland stod Google och Facebook för över hälften av försäljningen av reklam på webben.

Enligt RadioMedia ökade annonsförsäljningen i radio och uppgick till totalt 65,6 miljoner euro. Det innebär en ökning på 24,6 procent på fem år. Radioverksamheten intresserar i allt högre grad även landskapstidningar av vilka flera ansökte om radiokoncessioner.

Statsrådet och Kommunikationsverket beviljade i november riksomfattande, regionala och lokala programkoncessioner för FM-radio främst till de nuvarande företagen. Koncessionsperioden 2020–2029, det vill säga 10 år, är längre än tidigare.

Webbtjänsternas veckoräckvidd hösten 2018



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

Enligt en utredning som gjordes på uppdrag av de nordiska upphovsrättsorganisationerna prenumererade 58 procent av finländarna på minst en betalvideotjänst 2018. Nittiotvå procent av finländarna i åldern 12–65 år använde strömningstjänster för musik.

2.3 2.3 UTVECKLING INOM MEDIEANVÄNDNING

Digitala lösningar ger finländarna tillgång till ett allt större medieutbud. Finländare i alla åldrar konsumerar också allt mer medier på webben, ofta på mobila plattformar, i många nya kontexter och med större variation i tidsanvändningen.

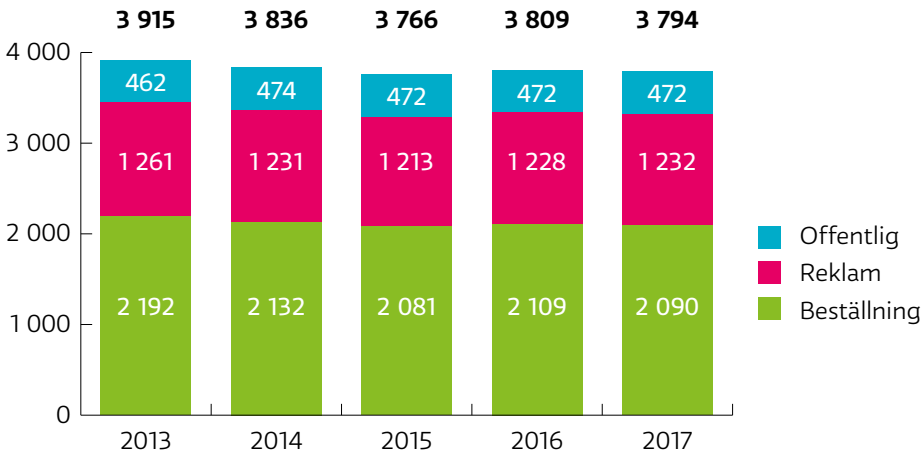
År 2018 tittade 88 procent av finländarna på tv varje vecka medan 66 procent gjorde det varje dag. Av över 65-åringarna tittade 97 procent på tv varje vecka, medan andelen bland 15–24-åringar var 62 procent. Finländarna tittade på tv i genomsnitt 2 timmar 45 minuter per dag, vilket är något mindre än året innan.

Av befolkningen över nio år lyssnade 92 procent på radio varje vecka. Under en genomsnittlig dag nådde radion 71 procent av befolkningen. År 2018 lyssnade finländarna på radio i genomsnitt 2 timmar 48 minuter per dag, vilket var åtta minuter mindre än året innan. Radiolyssnandet minskade, medan lyssnadet på poddar och audio-on-demand ökade.

Finländarna använde allt mer tid på webben speciellt på sociala medier, videotjänster och olika avgiftsbelagda strömnings- och videotjänster. Användningen av inhemska webb tv-tjänster ökade under 2018, speciellt bland unga. Mest skärmtid framför annat än traditionell tv tillbringade 25-44 åringarna, i snitt 56 minuter per dag. Unga tittade bland annat på strömningstjänster och inspelningar samt spelade spel.

På näten använder finländarna främst stora, internationella nättjänster såsom Google och Facebook, sidor med avgiftsfritt innehåll samt de inhemska kvällstid-

Mediernas finansiering i Finland 2013–2017, miljoner euro



Källa: Joukkoviestintätilasto 2018, Statistikcentralen

ningarnas webbsidor. Facebook var fortfarande den populäraste nyhetskällan på sociala medier, men dess popularitet håller på att dala.

Trots det förändrade medieklimatet söker sig 70 procent av de finländska användarna direkt till mediebolagens nyhetssidor, visar den finska landsrapporten från Reuters Institute.

2.4 UTVECKLING INOM MEDIETEKNIK

Förändringen i användningen av media främjas av den starka teknologiska utvecklingen. Nya smarta terminaler och mobilnät som ständigt utvecklas möjliggör användningen av nya medietjänster. Den pågående vågen av digitalisering utmanar medieaktörer i såväl sitt sätt att verka som i produktionen, paketeringen och distributionen av produkten.

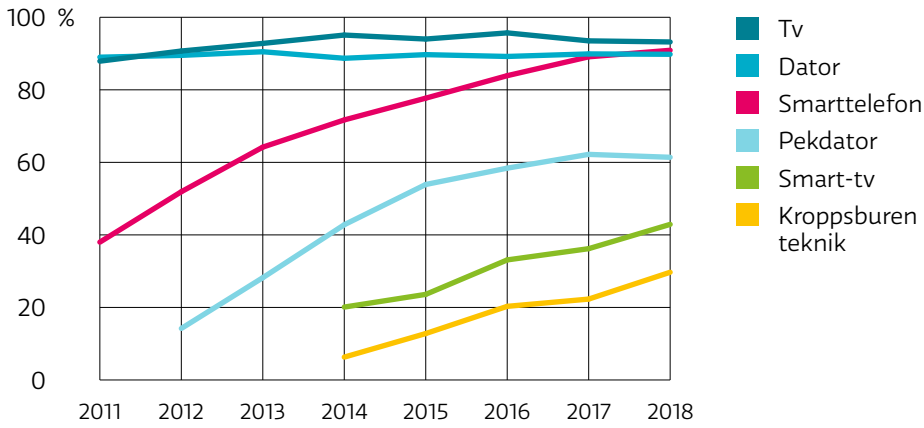
Genom data som insamlats av användarna av den nya teknologin kan man bygga ännu mer personifierade och på personliga intressen baserade tjänster. Utvecklingen inom medietekniken fokuserar därför på att förbättra den individuella användarupplevelsen, analyserna av innehållsanvändningen och den övergripande datadrivna styrningen. Den ökade mängden data kan även användas för att förbättra sökbarheten för innehållet.

Hanteringen av metadata samt lösningar för tal-, mönster- och textigenkänning hör i fortsättningen till de centrala arbetsverktygen i mediehusen.

Bruket av automatik, robotik och röststyrning ökade under 2018. Utvecklingen inom bild- och ljudteknik fortsatte: nya teman efter högupplösning är 4K och 8K, HDR (high dynamic range) och nya immersiva audioformat.

Produktionstekniskt har IP-nät börjat utnyttjas i förverkligandet av audio- och videoinnehåll.

Apparaternas förekomst i hushållen 2011–2018



15–74-åringar
Källa: Statistikcentralen

2.5

2.5 UTVECKLINGSTRENDER I EUROPEISKA RUNDRADIOBOLAG

Public service-bolagen står under tryck i många EU-länder. Samtidigt har det uppstått en allmän samhällsdebatt om public service-verksamhetens roll i att stärka tillgången till tillförlitlig information, yttrandefrihet, demokrati och mediernas mångfald.

I Norden medförde 2018 förändringar i de svenska och danska rundradiobolagens verksamhet och finansiering.

I Sverige fattade riksdagen i november beslut om att införa skattebaserad finansiering av SVT, SR och UR. En public service-avgift, som liknar Yleskatten, ersätter radio- och tv-avgiften från och med 1 januari 2019.

En parlamentarisk kommitté, som utrett public service-bolagens uppdrag samt regleringen och finansieringen av dem, föreslog att bolagens finansiering ska stärkas, systemet med förhandsprövning justeras och tillståndsperioden förlängas. I enlighet med regeringens förslag förlängs tillståndsperioden för SVT, SR och UR från sex till åtta år från och med 2026.

En separat parlamentarisk kommitté utreder behovet av att grundlagsskydda oberoendet för public service i Sverige.

I Norge bereds en ny finansieringsmodell för public service-bolaget NRK. Den nya modellen kommer sannolikt att bygga på skattebaserad finansiering i likhet med Finland och Sverige. Danmark kommer att avskaffa den nuvarande medielicensen fram till 2022 och ersätta den med skattefinansiering.

Den danska regeringen antog i somras ett nytt politiskt medieavtal genom vilket public service-bolaget DR:s finansiering minskar med en femtedel fram till 2023. Hösten 2018 offentliggjorde DR ett sparprogram som medför bland annat nedskärningar i tv- och radiokanalerna och i personalstyrkan. Vid omstruktureringarna av mediefältet tilldelas delar av public service-uppdraget och stödet även till nya aktörer.

Yle Puhes program Politiikkaradio, som behandlar politiska och samhälleliga fenomen, var kanalens mest lyssnade program år 2018. Programmet leddes av redaktörerna Sakari Sirkkanen och Tapio Pajunen.
Bild: Jukka Lintinen/ Yle

Europeiska radio- och tv-unionen EBU ser med oro på utvecklingen i Danmark och anser att medieavtalet på ett drastiskt sätt ingriper i ett public service-bolags uppdrag, skär ner dess verksamhetsförutsättningar och begränsar medborgarnas tillgång till ett mångsidigt och tillförlitligt medieutbud.

I Schweiz ordnades i mars 2018 en folkomröstning om finansieringen av public service-bolaget SRG SSR. ”No Billag”-initiativet yrkade på att tv- och radioavgiften skulle slopas och att direkt stöd från statsbudgeten skulle förbjudas. En överväldigande majoritet av schweizarna, 71,6 procent, motsatte sig förslaget.

Folkomröstningen i Schweiz föregicks av en bred samhällsdebatt om public service-verksamhetens roll. Regeringen och en majoritet i det schweiziska parlamentet rekommenderade inför folkomröstningen att förslaget skulle förkastas.

Tillsynen över det brittiska public service-bolaget BBC övertogs 2017 av kommunikations- och mediemyndigheten Ofcom, som publicerade sin första rapport om BBC:s verksamhet i oktober 2018. Ofcom anser att BBC har fullföljt sitt public service-uppdrag, men fäste uppmärksamhet vid räckvidden bland unga, representationen av hela befolkningen och den kommersiella verksamheten med avseende på sammanslagningen av BBC Studios och BBC Worldwide.

Inför det brittiska utträdet från EU har BBC utrett olika alternativ för att kunna fortsätta verksamheten inom EU ifall brexit blir av.

EU har flera gånger uttryckt sin oro över det ökade politiska trycket samt begränsningarna av yttrandefriheten och de oberoende mediernas verksamhetsmöjligheter i bland annat Ungern, Polen och Balkan.

EU-kommissionen lade i december fram en uppförandekod mot desinformation, som även innehåller åtgärder av betydelse för mediebolagen, såsom att främja mediekompetens genom särskilda program, stöda faktagranskning och påföra självreglering för plattformar i sociala medier.

KÄLLOR:

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

Yles innehåll och tjänster 3

- **Yle arbetade framgångsrikt med att utveckla utbudet inom alla genrer.**
- **Yle Arenan utsågs till Finlands mest uppskattade varumärke på nätet.**
- **Yle fortsatte att arbeta för bättre tillgänglighet till innehåll och tjänster.**

3.1 YLE I RADIO, TV OCH PÅ WEBBEN

3.1

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

Yle har intensifierat samarbetet inom publicering och planering i linjär-tv och på Yle Arenan för att på detta sätt kunna svara på de snabba förändringarna och variationen i mediekonsumtionen. Yle har speciellt fokuserat på att öka användningen av Yle Arenan bland tonåringar och unga vuxna.

Yle satsade stort på att utveckla utbudet på Yle Arenan och göra det tillgängligt på olika plattformar. Yle Arenan är Finlands populäraste strömningstjänst med som mest nästan tre miljoner användare i månaden.

Finländarna utsåg för sjätte gången i rad **Yle Arenan** till Finlands ledande nätvarumärke i Taloustutkimus undersökning. Dessutom toppade Arenan för första gången också den internationella jämförelsen med totalt 146 finländska och utländska varumärken, bland annat nättjänster i stil med Google och Netflix.

Yle förhandlade aktivt om att utvidga visningsrättigheterna för internationella program. Faktaprogram är normalt tillgängliga på Yle Arenan i 90 dagar. Inom fiktion råder det en större variation, även om rättigheterna i många fall tillåter en visningstid på ett år. Antalet publiceringar av hela säsonger på Yle Arenan har ökat betydligt.

I **radio** genomgick utbudet på FM-radiokanalerna förändringar i linje med de strategiska riktlinjerna. Yle Puhe förnyades i februari genom att lite musik lades till. Kanalen lockade fler lyssnare i ålderskategorin 30–40 år. Yle Radio Suomi uppdaterade sin musikprofil, och på våren slogs Yle Helsinki samman med redaktionen för Radio Suomi.

Yle Radio 1 har bevarat sin lojala lyssnarkrets trots den hårda konkurrensen. Talkanalens breda utbud betonar samhälleliga- och kulturella ämnen. Aktualitetsutbudet förstärktes i mars 2018 genom att förlänga *Ykkösaamu,* som sänds varje vardagsmorgon, från en timme till en och en halv timme. Kanalens musikaliska linje breddades, dock så att grundstenen för musikutbudet fortfarande är klassisk musik.

Yle fortsatte att utveckla audioutbudet med bland annat tjugo nya poddserier på Yle Arenan. Yles audioredaktion

Lilla Tvåans Äventyrsmaskin tar med barnen i att skapa program med lek och aktiviteter i tv-studion. I sommar åker programmet ut på turné i Finland och medverkar i tre evenemang för barn.
Bild: Laura Pohjavirta/Yle

och Svenska Yle samarbetade med att ta fram nytt innehåll för smarta högtalare.

De sammanslagna ungdomsmedierna, YleX och Yle Kioski, utvecklade nya koncept och utgivningssätt för 15–29-åringar. De publicerade innehåll på plattformar som är populära bland målgruppen och drivs av tredje part, på Yle Arenan och i radio YleX.

Yle drar nytta av synergierna mellan egna och externa plattformar på ett ändamålsenligt sätt för att nå ut till olika publiksegment. Samtidigt vill Yle se till att användarna hittar bolagets egna webbtjänster.

I **tv** ökade Yle utbudet av textning på svenska i samtliga kanaler och på Yle Arenan. Bolaget försöker i fortsättningen hitta sätt att stärka planerings- och innehållssamarbetet mellan de finska kanalerna och Yle Fem, så att det betjänar alla publiksegment oavsett ålder.

Projekten för att digitalisera bild- och ljudbanden i Yles arkiv framskred. Till dags dato har 90 procent av radioprogrammen och cirka 75 procent av tv-programmen i arkivet konverterats till digital form. Digitaliseringen av samlingarna torde bli klar inom de närmaste tre åren.

Yle använder allt mer smart data och satsar på att utveckla de mobila tjänsterna och webbtjänsterna för att på det sättet kunna erbjuda ett smidigare och målgruppsanpassat public service-utbud för olika situationer.

Yle arbetar för att förbättra den per-

Roboten Voitto, som bygger på maskininlärning, rekommenderar nyheter i Nyhetskollen. Voitto är världens första smarta nyhetsrobot som skickar aviseringar direkt till låsskärmen på mobila enheter.

YLES KANALER OCH TJÄNSTER

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

YLES TV-KANALER

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

YLES RADIOKANALER OCH -TJÄNSTER

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

YLES WEBBTJÄNSTER

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

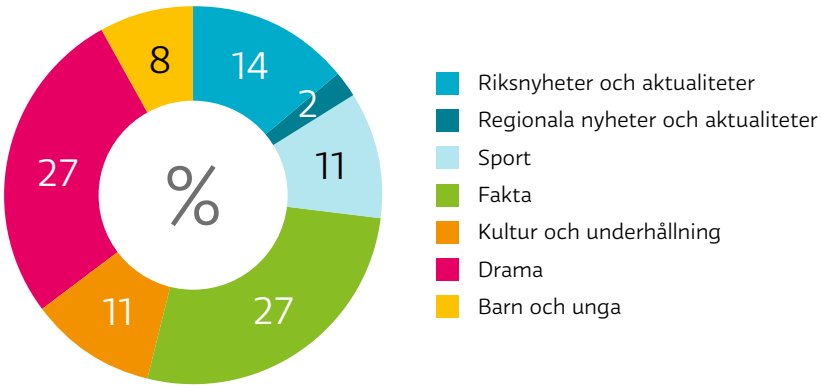
sonliga servicen och utvecklingen av innehållet bland annat med hjälp av Yle-kontot. Målet har varit att öka såväl antalet användare av Yle-kontot som den aktiva inloggade användningen av webbtjänsterna. Miljongränsen på antalet Yle-konto-användare sprack i oktober. *(Yle-kontot behandlas närmare i avsnitt 4.2.)*

Tillgången till Yle Arenan utomlands blev märkbart bättre när Yle som det andra rundradiobolaget i Europa införde förordningen om dataportabilitet. Genom reformen fick personer med fast adress i Finland i december tillgång till videoinnehållet på Arenan med Arenan-appar då de reser inom EU. Användningen kräver att de har ett Yle-konto och bekräftar sin hemort i Finland. Åtkomst till audioinnehåll och Arenan med webbläsare inom EU möjliggörs under början av 2019.

Under början av året förberedde sig Yle – med hjälp av ett brett expertnätverk – för det allmänna dataskyddsförordningen. Samtidigt såg bolaget över principerna för informationssäkerheten och dataskyddet och styrelsen antog dem i maj.

Därtill har Yle tagit steg för att införa

Innehållens andel av programtimmarna i tv 2018, totalt 18 852 timmar



TV-SÄNDNINGAR 2018 (OCH 2017)

- *Programtimmar: 18 495 timmar (18 328). Av dessa var 7 569 timmar premiärvisningar. Siffrorna omfattar markbundna sändningar, HD-sändningar exkluderade.*
- *Samtliga programtimmar: 18 852 timmar (18 688). I detta ingår 494 timmar parallella regionalsändningar och aktuella premiärvisningar. Till följd av preciseringar i redovisningen av innehållssegmenten är siffrorna inte helt jämförbara med föregående år.*
- *Inhemska premiärvisningar: 5 264 timmar (4 772). Siffran omfattar också sportprogram som grundar sig på internationella signaler, vilka åtminstone innehåller referat och en studiodel.*
- *Andelen inhemskt innehåll: 54 procent (52).*
- *Andelen europeiskt innehåll: 88 procent (86).*
- *Yle Fem: 2 382 timmar (2 425), inklusive 951 timmar (979) premiärvisningar.*

ny teknik och startat olika försök. Svenska Yle var en av de första som införde röststyrning av innehållet och i samband med OS testades intervjuer med förstärkt verklighet (AR). AI-assisterade analyser av innehållet i ljud och bild bidrog till att göra det lättare att hitta innehåll på Yle Arenan.

I oktober lanserade Yle som första i världen smarta aviseringar av rekommenderade nyheter som nyhetsroboten Voitto skickar från mobiltjänsten Nyhetskollen direkt till låsskärmen på mobila enheter. Över 10 000 har tagit i bruk aviseringarna.

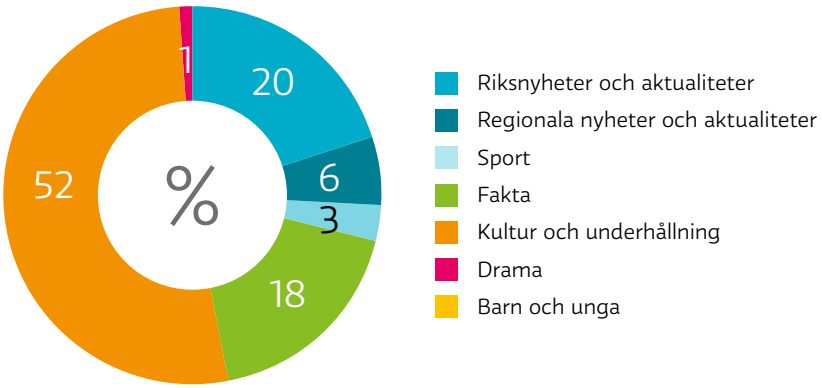
3.2 YLES UTBUD ENLIGT GENRE

3.2

Yle har i enlighet med sin strategi utvecklat utbudet genom att satsa på kvalitet, starkare delaktighet och interaktion samt nya berättandeformer och utgivningssätt inom alla genrer, med särskild fokus på under 45-åringar. Insatserna har gett resultat, och räckvidden har utvecklats positivt i de strategiskt viktiga ålderskategorierna.

Yles mångsidiga utbud 2018 omfattar allt från stora evenemang som skapar gemenskap till specifika och målgrupp-

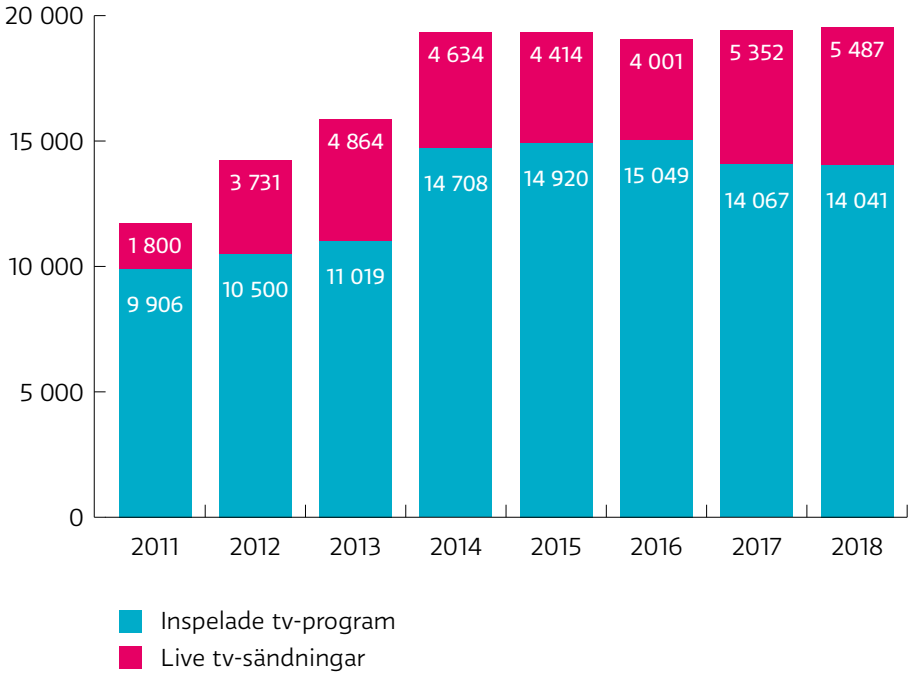
Innehållens andel av programtimmarna i radio 2018, totalt 47 234 timmar



RADIOSÄNDNINGAR 2018 (OCH 2017)

- *Sändningstid: 105 444 timmar (103 945). Siffran omfattar alla markbundna sändningar, inklusive program som lånats från Yles andra radiokanaler, med undantag för lån från Yle Sámi Radio.*
- *Programtimmar: 94 592 timmar (92 498). Siffran omfattar inte program som lånats från andra radiokanaler.*
- *Svenska Yles programtimmar: 18 045 timmar (18 146).*
- *Riksomfattande programtimmar: 44 635 timmar (44 489), varav 83 procent (82) var premiärsändningar.*
- *Regionala programtimmar: 33 153 timmar (31 103), varav 3 894 timmar (3 953) var svenskspråkiga.*
- *Yle Mondos programtimmar: 8 760 timmar (ingen förändring).*
- *Andelen musik i det riksomfattande utbudet: 50 procent (47).*
- *Andel inhemskt utbud i radio: 99 procent.*

Antal timmar för inspelade tv-program och direktsändningar på Yle Arenan 2011–2018



YLE ELÄVÄ ARKISTO–YLE ARKIVET – PUBLICERINGAR 2018 (OCH 2017)

- *Video: 1 329 st., 720 timmar (1 275 st., 706 timmar)*
- *Audio: 818 st., 380 timmar (642 st., 325 timmar)*
- *Bakgrundsartiklar: 315 st. (216 st.)*
- *Arkivets webbradio: totalt 8 760 timmar arkivrepriser (ingen förändring)*

sinriktade innehållsprojekt, kort drama för unga, grävande journalistik, nya experiment och internationella lanseringar. Hundraårsminnet av det finska inbördeskriget avspeglades på många sätt i programmen.

Yle har satsat stort på journalistikens kvalitet. Under året inledde Journalistakademin, som erbjuder gedigen utbildning till journalisterna på Yle och bidrar till journalistikens tillförlitlighet och oberoende, sitt arbete. Arbetet kring de journalistiska principerna, som inletts inom den finskspråkiga nyhets- och aktualitetsverksamheten, genomfördes inom alla innehållsområden. Yle arbetade för granskande journalistik och stärkte samarbetet mellan redaktionerna.

Nyhets- och aktualitetsverksamhet

Till de största satsningarna inom nyhets- och aktualitetsverksamheten hörde presidentvalet på våren, toppmötet mellan USA:s och Rysslands ledare samt sommar-OS i Sydkorea och fotbolls-VM i Ryssland.

Yle fungerade som *host broadcas-*

ter för toppmötet mellan USA:s president Donald Trump och Rysslands president Vladimir Putin och förmedlade den officiella bildsignalen till mediebolagen utomlands och i Finland.

Yle rapporterade om mötesdagen i en 16 timmars direktsändning för den inhemska publiken. Sändningen lockade 1,9 miljoner finländare till Yle TV1 och Arenan.

I Böle gick specialredaktionerna för inrikesinnehåll, utrikes-, aktualitets- och centralredaktionen samt sändningsavdelningen gick ihop till en ny nyhets- och aktualitetsredaktion. Specialredaktionerna tar fram innehåll om politik och samhälle, ekonomi och vardag samt kultur och lifestyle över redaktionsgränserna.

Till de största publikmagneterna under våren hörde presidentvalet som Yle bevakade i radio, tv och på webben. Med det nya upplägget av valbevakningen lockade tv-sändningarna 3,3 miljoner tittare och webbutbudet besöktes under valveckan med 2,5 miljoner unika webbläsare.

Den stora satsningen till minne av inbördeskriget 1918 var aktualitetsredaktör Esko Varhos dokumentär *Det grymma landet*, som prisats av både tittare och historiker.

Förtroendet för Yles nyhetsverksamhet är fortfarande starkt. Enligt den årliga enkätmätningen ligger förtroendet för Yles nyheter på 89 procent (2017: 90). Över hälften av respondenterna (54 %) anser att Yle är Finlands ledande nyhetsaktör (Yle Nyhetsvärderingar, november 2018, Taloustutkimus).

Yle har ökat resurserna för granskande journalistik och producerat flera övergripande temahelheter från olika samhällssektorer. Grävande journalister gick på djupet med bland annat maktbruk inom filmbranschen, brister i organisationers säkerhetsarrangemang, svårigheterna inom yrkesutbildningen och ensamhet. De högkvalitativa artiklarna och inslagen har lockat stor publik på webben, också i ålderskategorin under 45-åringar.

Nyhetsredaktionens förmåga att reagera på snabba nyhetshändelser förbättrades ytterligare när den nya snabbstudion "Nopsa" i juni togs i bruk fullt ut.

Fifas fotbolls-VM sågs under sommaren i TV2 och på Arenan. Yle Sportens produktion av bevakningen premierades med en Gyllene Venla som årets tv-evenemang.
Bild: Tomi Hänninen/Yle

Från den nya studion kan redaktörer skapa ett flertal direktsända webbsändningar per dag till Yle Arenan och förstasidan av yle.fi.

Som ett steg mot ökad publikdialog öppnade Yle i somras möjligheten för allmänheten att kommentera och diskutera finska nyhetsinlägg. Redaktörerna modererar diskussionerna med hjälp av artificiell intelligens, som arbetar enligt Yles kommentarspolicy.

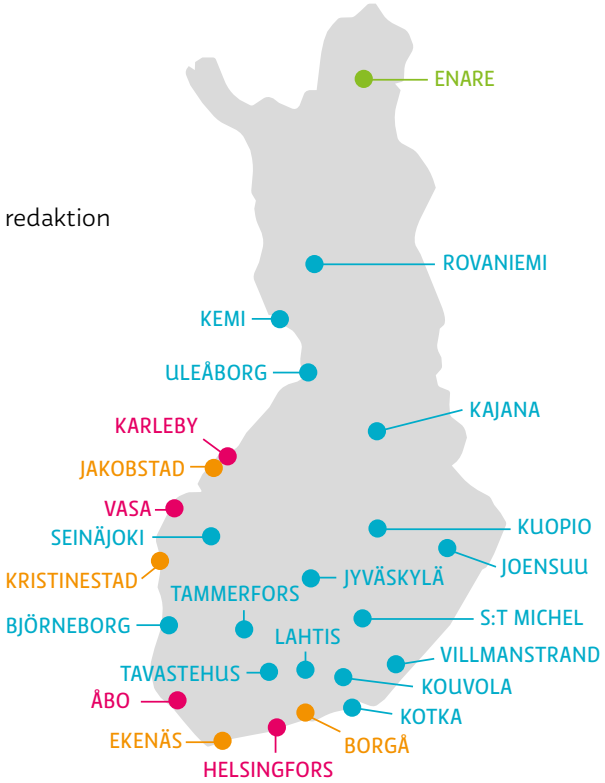
Yle fortsatte reformen av den **regionala verksamheten på finska** med målsättningen att stärka produktionen av regionalt innehåll och redaktörernas närvaro ute på fältet. Förnyelsen gäller främst journalistiken, men omfattar också de tekniska produktionsredskapen och arbetskulturen.

Efter pilottester i Egentliga Finland och Sydöstra Finland kommer den regionala reformen att genomföras i landets övriga delar under 2019. Förvaltningsrådet fick under hösten en rapport angående reformen och dess fortsatta planering.

Utöver en stark lokal närvaro bearbetar de regionala redaktionerna material från regionerna till innehåll för det riksomfattande utbudet. Mediedesken

YLES REGIONALREDAKTIONER

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



Yles korrespondenter utomlands

- 7 korrespondenter och 12 medhjälpare.
- Aten, Barcelona, Berlin, Bryssel, Buenos Aires, London, Manila, México, Moskva, Nairobi, Paris, Peking, Rom, Sankt Petersburg, Stockholm, Tallinn och Washington.

vid Mediapolis i Tammerfors assisterar de regionala redaktörerna.

De regionala morgon- och eftermiddagssändningarna i radio blev längre och radioutbudet kompletterades med en regional nyhetssändning. Dessutom lanserades regionala lördagssändningar.

Den nya egenskapen Nära dig plockar fram regionala nyheter i mobiltjänsten Nyhetskollen. Från och med början av 2019 är det också möjligt att prenumerera på regionala nyhetsbrev.

Inom **Sporten** delade Yle för första gången på rättigheterna för vinter-OS med ett annat mediebolag (Discovery). Inför OS lanserade Yle webbkonceptet Live-Arenan med en ny kombination av bild, audio, text, data och interaktion. Över fyra miljoner finländare tog del av OS.

Nästan en tredjedel av allt tv-tittande i Yles utbud under sommaren bestod av sport och målet för under 45-åringars tidsanvändning på webben uppnåddes främst tack vare de stora idrottsevenemangen.

Vid sidan av stortävlingarna introducerade Yle det nya konceptet Super-EM som innehöll EM-tävlingar i flera olika grenar. E-sport, som är populär bland unga, togs in i Yles sportutbud hösten 2018 och utbudet ökade betydligt.

Yle tecknade avtal med internationella fotbollsförbundet FIFA om följande fotbolls-VM 2022. Dessutom tecknade bolaget fortsatta avtal som sträcker sig långt in på 2020-talet om visning av VM och världscupen i skidskytte, inhemsk friidrott samt VM i innebandy.

Vintergrenar blev åter en del av Yles utbud i tv, radio och på Arenan.

Yle lyfte även på andra sätt i sitt utbud fram mångfalden av olika idrottsgrenar i Finland och fortsatte sitt arbete för att främja jämställdhet inom idrotten. I sportens nyhet- och evenemangsbevakning lyftes fenomen från sammanlagt över hundra idrottsgrenar fram. Damidrottens andel har ökat markant i nyhets- och evenemangsbevakningen och jämlikhet har varit ett återkommande tema i olika slags program.

YleX ordnade på Näsdagen ett 40 timmar långt Skrattmaraton. Ville ”Viki” Eerikkilä och Juuso ”Köpi” Kallio från kanalens morgonprogram samlade under den direkta radiosändningen in över 100 000 euro till förmån för välgörenhet. Beloppet var mer än det dubbla jämfört med året innan.
Bild: Juuli Aschan/Yle

Kreativa innehåll

Yle har fortsatt satsningarna på inhemskt drama, ett mångsidigt fakta- och kulturutbud samt tjänster för barn och unga. Fokus för planeringen och lanseringen av nya innehåll har varit på ålderskategorierna under 45 år, som är de mest utmanande för Yle. Satsningar på dessa målgrupper har gjorts inom alla innehållsområden.

Yles utbud av drama, fakta, kultur och underhållning omfattade under året stora engagerande evenemang, projekt med stort genomslag samt målgruppsanpassat innehåll där man utnyttjat nya berättargrepp och plattformar.

I enlighet med förslagen från den parlamentariska arbetsgruppen 2016 har bolaget skaffat mer innehåll från externa parter. Största delen av det köpta innehållet 2018 var drama och fakta. Den ökade satsningen har gjort det möjligt att experimentera med olika slags innehåll.

Yle har också verkat för att sälja inhemska program till utlandet och ökat mängden internationellt samarbete inom drama. Som ett resultat av dessa insatser kommer Yle de närmaste åren att medverka i flera internationella dramaproduktioner i bland annat Norden, Chile och Spanien. Programintäkterna från utlandet ökade jämfört med året innan. Hittills har bolaget sålt program, bland annat dokumentärer, barn- och ungdomsprogram och drama, till över hundra länder.

Till de största evenemangen under året hörde *UMK18* och *Eurovision Song Contest* under våren samt välgörenhetskampanjen *Näsdagen* som kulminerade i oktober. UMK och ESC nådde ut till miljonpubliker på Yle Arenan, yle.fi och i tv. I anslutning till Näsdagen ordnade den finska ungdomskanalen YleX samhällssatsningen *Skrattmaraton,* som samlade in över 100 000 euro till förmån för kampanjen.

I oktober genomförde Yle inom ramen för sin samhällsmission kampanjen *Sekasin–Helt knäpp* som fokuserade på att motarbeta marginalisering av unga män. I anslutning till kampanjen publicerades också en dramaserie om mental ohälsa

Pirjo Heikkilä är huvudpersonen i komediserien Pirjo som berättar om en kvinna som råkar ut för pinsamma situationer. Serien var en succé och hade nästan 3,5 miljoner uppspelningar på Yle Arenan.
Bild: Juhamatti Vahdersalo

bland unga. Avsnitten i serien, som hittas på Arenan, har setts över 1,2 miljoner gånger.

Under kampanjen testade man också ett diskussionsforum på plattformen *Discord*, där unga kunde berätta om sina drömmar och bekymmer, exempelvis ensamhet, och få hjälp av experter. Genom försöket nådde man ut till nästan 10 000 unga. Insatsen upplevdes värdefull och experter inom mental hälsa beslöt att fortsätta arbetet även efter att projektet avslutats.

Evenemang för större delaktighet var de nya kampanjerna *Aldrig för sent att surfa,* som lärde seniorer digitala färdigheter, och *Vi drar till skogs,* som presenterade Finlands alla nationalparker.

Yle tog fram mer innehåll som utvecklar mediekompetens och digitala färdigheter genom mångsidigt, webbaserat lärande. Materialet, som stödjer mediefostran och digitala färdigheter, hjälper användare i alla åldrar att utöva källkritik, uppvisa mediekompetens och hantera tekniska förändringar. Helheten omfattar olika teman från att identifiera fejknyheter till att öva upp de kommunikationsfärdigheter och digitala färdigheter som behövs i dagens samhälle. Innehållet har planerats i samarbete med ett flertal aktörer inom mediefostran.

Yle fortsatte att utveckla programutbud och webbkoncept för **barn och unga.** Antalet användare av webbtjänsterna för barn ökade klart jämfört med året innan. Barnprogram på Barnens Arena sågs i 71 procent av familjerna med barn under skolåldern, jämfört med 59 procent året innan.

Yle tar fram innehåll för barn i samarbete med experter inom undervisning och pedagogik. Även barn och barnfamiljer deltar i att skapa program. Till exempel i *Äventyrsmaskinen* (Seikkailukone) fick barn leka och röra på sig i studion, och i *Vår klass* (Meidän luokka) fick skolklasser sätta klassandan och tilliten på prov.

En av de största satsningarna var den finskspråkiga julkalendern 2018, *Maukkas och Väykkäs första jul*. Samtidigt förberedde Yle en omfattande egen dramaproduktion för barn, som ska spelas in 2019. Mediapolis fortsatte samarbetet med Tammerfors yrkeshögskola och de studerande deltog i produktionen av ungdomsprogrammet *Galaxenbollen* (Galaxin pallo).

Andra säsongen av ungdomsserien *Nörden: Dragonslayer666* var – precis som första säsongen – en succé. Serien handlar om en ung man som spelar datorspel och drömmer om en proffskarriär inom e-sport. Serien sågs över en miljon gånger på Yle Arenan och över två miljoner gånger på Youtube.

Nya lanseringar för målgruppen 15-29 åringar var kort dramat *HasBeen* som mångsidigt utnyttjade flera olika plattformar. Det experimentella ungdomsprojektet *Goals,* gick ut på publicering av hundratals korta mobilvideofilmer på Instagram. Projektet nådde speciellt bra ut till 15–25-åringar som tittade på filmerna nästa fyra miljoner gånger.

Inom faktagenren låg fokus på aktuella fenomen, beskrivningar av Finland i dag och fördjupad journalistik. Dokumentärserien *Fabrikens hjältar – i jakt på lycka,* som berättade om livet för människor som flyttat från sina tidigare hemorter till Nystad för att jobba på bilfabriken, bjöd på inblickar i den finländska vardagen i dag.

Andra populära dokumentärserier under året var också sjukhusrealityn *Vid liv 24 h, Kandidaterna,* som berättar om veterinärstuderande, samt *Som au pair i Miami, Latela, Jägarliv och Kvinnor i försvaret*. *Markus vs världen,* som följde den lappländska skrothandlaren Markus Kuortesahos äventyr i stora världen, beskrev hur en man som älskar det finska tar sig an andra kulturer.

Även inom drama tog man fasta på regionala särdrag, bland annat i tv-serien *Intrigjägarna* som tecknade fiktiva bilder av tio städer på olika håll i Finland.

Den nya dramakomedin *Donna* presenterade en huvudkaraktär som kros-

sar stereotypiska uppfattningar, nämligen en ung kvinna med nedsatt syn, och hennes mångfacetterade bekantskapskrets. Komedin tilldelades pris för mångfaldsfrämjande på tv-mässan Mipcom i Cannes.

Bland Yles utbud av inhemska nyproduktioner var komediserien *Pirjo* en succé på Yle Arenan. Den sågs nästan 3,5 miljoner gånger under året.

I slutet av året bjöd Yle på tv-serien *Okänd soldat*, som var en förlängd version av succéfilmen av regissören Aku Louhimies. Serien fick en miljonpublik i tv och på Yle Arenan.

I radio bjöd Yle på musikalen *Gösta - itkisitkö onnesta*, som handlar om Gösta Sundqvist, den framlidna förgrundsfiguren i bandet Leevi and The Leavings. Musikalen blev en lyssnarfavorit under sommaren.

Till kulturgärningarna i radio hör också serien *Pyhiä juutalaisia kirjoituksia*, som i 62 avsnitt i radio och på Yle Arenan presenterar de viktigaste skrifterna för judendomen. Serien är en uppföljare till *Koraani* (2015) som presenterade muslimernas tro. Den nya serien innehåller uppläsningar från Gamla testamentet och Talmud. I varje avsnitt ingår dessutom diskussioner som ger bakgrund genom att placera in de heliga skrifterna i en kulturell, religiös och historisk kontext.

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 multimediala innehåll som utnyttjade möjligheter till interaktion. Utbudet omfattade en bred palett av olika musikgenrer, från schlager till klassiskt.

Konsertutbudet av klassisk musik omfattade sammanlagt hundra konserter, av vilka fyrtio sändes direkt på Yle Arenan. I julkonserten *Anna laulu lahjaksi* i Radio Suomi skapades nya julsånger utifrån lyssnarnas berättelser. Nya sånger skapades också i konserten *Pelko pois* i TV1 med anledning av hospicehemmet Terhokotis 30-årsjubileum. Storkonserten *Classical trancelations* bjöd å sin sida på en fördomsfri kombination av klassisk musik och elektronisk musik.

Radiomusikalen i tjugo avsnitt om sångaren och låtskrivaren Gösta Sundqvist var en stor succé. Antti Heikkinen, som spelade den unge Gösta, poserar i Yles hörspelsstudio.
Bild: Jukka Lintinen/Yle

Att samla webbjournalistiken kring kultur och underhållning under *Kulturcocktail* har visat sig vara en lyckad lösning. Tiden som publiken använde på detta utbud ökade med nästan en femtedel jämfört med året innan. Webbteamets podd *Kaverin puolesta kyselen* är en av de populäraste poddarna i Finland.

Internationellt samarbete spelar en viktig roll inom musikinspelningar. År 2018 fick material från Yle europeisk och internationell spridning via Arte, Mezzo och bolagen inom EBU.

Radions symfoniorkester (RSO) beställde och framförde stora mängder finländsk tonkonst under 2018. Bland beställningsverken fanns bland annat nya kompositioner av Perttu Haapanen, Magnus Lindberg och Sebastian Hilli. RSO medverkade också i Riikka Talvities radioopera *Kylmän maan kuningatar* som belönades med Prix Italia.

I mars turnerade RSO i Centraleuropa och bjöd på smakprov av den finländska orkesterkulturen i bland annat tyska och spanska storstäder.

RSO:s konserter har förmedlats på alla Yles plattformar och varje konsert har nått ut till minst 150 000–200 000 finländare. Konsertprogrammen får kött på benen av medieintervjuer som gör det lättare för allmänheten att ta till sig konstmusik.

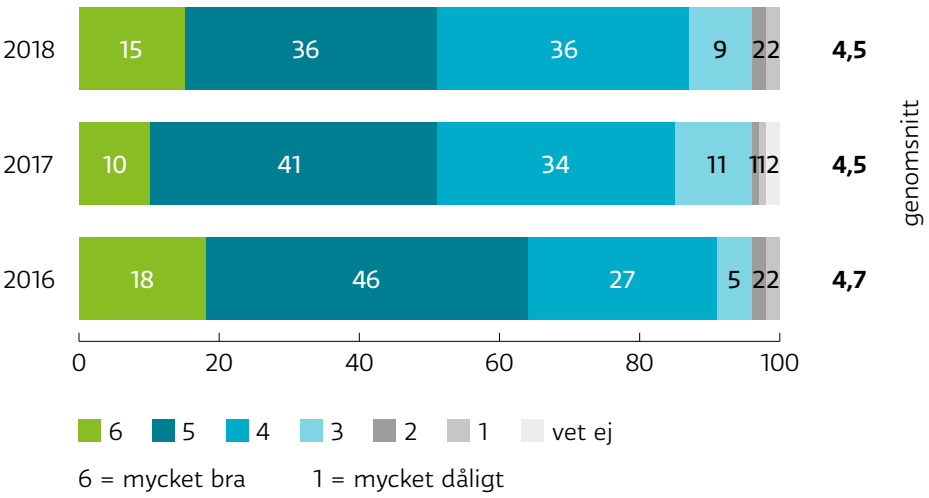
Beläggningsgraden i Musikhusets konsertsal vid RSO:s konserter var 97 procent. Orkesterns skivinspelningar belönades med prestigefyllda International Classical Music Award och The Gramophone Award.

Svenska Yle – utbud och tjänster på svenska

Svenska Yle ansvarar för Yles public service på svenska. Enligt en mätning av hur värdefullt Yle är anser svenskspråkiga och tvåspråkiga finländare att bolaget är betydelsefullt för samhället och att det har lyckats i sitt uppdrag.

På skalan 1–10 fick Yles betydelse för samhället betyget 8,8, vilket var detsamma som året innan. Yles betydelse i finländarnas egna mediekonsumtion fick betyget 6,9 (2017: 7,02). Enligt under-

Hur väl har Svenska Yle lyckats i sitt public service-uppdrag 2016–2018



Källa: Hur värdefullt är Yle för finländarna 2018, Taloustutkimus

sökningen var Yle det mest trovärdiga mediebolaget bland sex aktörer inom mediebranschen.

Finlandssvenskarna gav återigen Yle ett gott betyg för skötseln av public service-uppdraget: 4,49 på skalan 1–5.

Under 2018 satsade Svenska Yle speciellt på att nå målgruppen under 45 år genom att förstärka sitt utbud på svenska.yle.fi och den svenska tjänsten Yle Arenan. Yle Arenan har stärkt sin position och når nu 47 procent av finlandssvenskarna (2017: 43 procent).

Det regionala utbudet fick större synlighet när Svenska Yle introducerade möjligheten att söka på intressanta nyheter och evenemang i den egna regionen via förstasidan.

Svenska Yle uppmuntrar också användarna att ta till sig de mångsidiga webbtjänsterna via Yle-kontot. Våren 2018 lanserades möjligheten för inloggade användare att kommentera och diskutera webbinlägg.

Svenska Yle har också på andra sätt arbetat för att öka publikdialogen och främjat transparent journalistik. Redaktionerna har berättat om de journalistiska principerna och aktivt redogjort för bakgrunderna för publiceringsbesluten i anknytning till uppmärksammade teman.

I **radio** fortsatte Yle Vega reformerna av kanalen som främst riktar sig till en vuxen publik. Till de nya lanseringarna hör bland annat musikprogrammet *Lux* och flera poddserier.

Ungdomskanalen Yle X3M profilerar sig allt mer på webben med Yle Arenan som den viktigaste plattformen. Under hösten fick kanalens populäraste program, *X3M Morgon,* ett ansiktslyft och nya programvärdar.

Under 2019 kommer musikprofilerna på bägge kanalerna att ses över. Yles mål är att precisera utbudet till olika målgrupper och svara på lyssnarnas nya behov och konsumtionssätt.

Yle Fem bjöd **tv**-tittarna på en mångsidigt utbud av nyheter, aktualiteter, granskande journalistik, dokumentärer, kultur och underhållning, fakta, barnprogram och sport på svenska.

Sedan hösten 2017 har Yle Fem delat kanalplats med finskspråkiga Yle Teema,

Den svenska dramakomedin Bonusfamiljen i Yle Fem berättar om den fartfyllda vardagen i en bonusfamilj.
Bild: Ulrika Malm

vilket i viss mån har dragit ner tittarsiffrorna i tv. 2018 hade Yle Fem i snitt 410 000 tittare per dag. Förra året var motsvarande siffra 404 000 tittare och innan förnyelsen samma år i medeltal 627 000 tittare. Yle Fems utbud finns också samlat på Yle Arenan.

År 2018 ökade Yle utbudet av tv-textning på svenska, bland annat i kanalen Yle Teema & Fem, för att på detta sätt bättre tillmötesgå den svenskspråkiga befolkningens önskemål. Mängden programtimmar med textning har fördubblats på två år.

Yle började sända Svenska Yles program också i sina andra kanaler. Sedan början av 2018 sänds bland annat det populära lifestyleprogrammet *Strömsö* både i Yle Fem och i TV1. Tittarsiffrorna slog i september–november ett nytt rekord på i genomsnitt 350 000 tittare per avsnitt.

Nordiskt programutbud har en stark ställning i Yle Fem som betjänar både svensk- och finskspråkiga tittare som intresserar sig för Norden. Genom dramasamarbetet med de nordiska rundradiobolagen kunde Yle bjuda på succéserier som svenska *Bonusfamiljen* och norska *Hemmaplan*.

Svenska Yle tillhandahåller innehåll och tjänster på svenska för barn framför allt på Barnens Arena, som utökades med nytt innehåll. Användningen av Arenan-appen ökade med 10 procent på ett år.

I början av 2019 lanserades på Barnens Arena det nya konceptet *Piki-BUU* med tryggt och pedagogiskt innehåll för familjens yngsta. Det etablerade barnprogrammet *BUU-klubben* fortsatte i tv. Till storsatsningarna hörde också innehållshelheten *Hajbo* för målgruppen 12–15-åringar.

Svenska Yle har också ökat utbudet för 15–29-åringar med satsningar på webben och mer programinköp och produktionssamarbete. Arenans veckoräckvidd i målgruppen har ökat från 32 procent till 38.

Dessutom bjuder Yle Arenan på temapaket med innehåll enligt olika användares behov och preferenser.

Den i Svenskfinland populäraste podden *Ted & Kaj* fick också en fortsättning, och sällskap av sammanlagt över 10 nya poddserier.

Svenska Yle månar om drama på svenska och har därför satsat på framtagning av manus och aktivt deltagit i de nordiska rundradiobolagens dramasamarbete. Målsättningen är en modell där varje bolag i tolv månader ska ha ensamrätt att visa de nordiska dramaproduktionerna. Dramaavdelningen vid Svenska Yle följer den nya modellen från och med 2019 och betjänar hela Svenska Yle.

Svenska Yle har också arbetat med att ta fram ny produktionsteknik och lättare produktionssätt, vilket gjort det möjligt att öka mängden specialsändningar från regionerna. Bland annat videokonceptet *Svenska Yle live* bygger på att redaktörerna beger sig ut på fältet och möjliggör direkta nyhets- och aktualitetssändningar från ort och ställe.

Direktsändningar har också visats på Yle Arenan, bland annat från regionalmästerskapen i e-sport, Stafettkarnevalen och luciakröningen. Kröningen av Finlands lucia i Domkyrkan i Helsingfors tolkades också till finlandssvenskt teckenspråk på Yle Arenan.

Svenska Yle hör också till de första som testat och tagit fram innehåll för röststyrda enheter för att bland annat förbättra utbudet och tillgängligheten. Appen lanserades i oktober 2018 och den kan användas för att begära nyheter, poddar och annat material. Röststyrning på svenska fungerar i enheter med Google Assistent.

3.3 TJÄNSTER PÅ SAMISKA

3.3

Yles samiskspråkiga redaktion i Enare verkställer public service-uppdraget på samiska. Yle Sápmi är en av den finskspråkiga Nyhets- och aktualitetsverksamhetens regionala redaktioner som betjänar såväl samer inom och utanför

samernas hembygdsområde som andra som intresserar sig för vår urbefolknings liv och kultur.

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

Yle Sápmi är Finlands mest omfattande och betydelsefulla nyhetstjänst på samiska. Yle Sápmi stärker samernas språkliga och kulturella traditioner samt skapar innehåll som speglar mångfalden i samhället. Redaktionen strävar efter att mångsidigt behandla sina välja ämnen så att de representerar olika synpunkter och tillför nya röster i samhällsdebatten både på de samiska språken och på finska.

Yle Sápmi arbetar utgående från Yles värderingar och strategi. Yle Sápmi rättar sig efter de samnordiska värderingarna för nyheter på samiska – trovärdighet, mod, publikservice och samiskhet.

Av Yle Sápmis medier är webbplatsen den viktigaste nyhetskanalen. Tv bjuder på upplevelser och öppnar ett fönster till samernas värld, och radio är det viktigaste verktyget för att revitalisera och stärka speciellt de hotade språken enaresamiska och skoltsamiska.

År 2018 verkade Yle Sápmi fortfarande i tillfälliga lokaler i samekulturcentret Sajos eftersom redaktionslokalerna i Enare tre år tidigare hade drabbats av problem med inomhusluften. Planeringen av nya lokaler för redaktionen i Enare kyrkby inleddes 2018. Lokalerna blir klara i början av 2019.

År 2018 tog publiken del av Yle Sápmis webbutbud i genomsnitt 546 timmar per vecka. Av detta var under 45-åringarnas andel 236 timmar. Yle Sápmi publicerade också regelbundet material i sociala medier för att locka besökare till sin webbplats eller Yle Arenan.

Yles egna tv-nyheter på samiska, Yle Oođđasat, har under sina fem år etablerat sin ställning som en riksomfattande tv-sändning som bjuder på perspektiv på den samiska kulturen. Yle Oođđasat hade som mest 408 000 tittare. Huvudnyhetssändningen i TV1 hade i genomsnitt 196 000 tittare. Samnordiska Oođđasat hade i genomsnitt 47 000 tittare per dag.

Direktsänd samnordisk morgonradio som presenterade mångfalden i samesamhället fortsatte i samarbete med de samiska redaktionerna i Norge och Sverige (NRK Sápmi och Sameradio & SVT Sápmi). Användningen av enaresamiska och skoltsamiska förstärktes i radions programflöde under direktsändningarna på eftermiddagen och i den samnordiska morgonsändningen. I dem ingick inslag på samtliga tre samiska språk.

Yle Sápmi ökade sin närvaro bland den samiska publiken med en ”nomadradio” sommaren 2018. Under åtta veckor hade man flera direktsändningar i veckan från en fältstudio som sattes upp på olika håll i sameområdena.

Förutsättningarna och resurserna för barnens tv-program *Unna Junná* hölls oförändrade. Unna Junná produceras som ett projekt, som har en produktionsperiod på sex månader. År 2018 sändes sammanlagt 30 program av vilka över hälften var nyproducerade. Programserien producerades på de tre samiska språken. Arbetet med att bygga upp en efterfrågad egen webbplats framskred inte, men i mobilappen Pikku Kakkonen lanserades spelet *Bigálus* som är på samiska.

Yle fortsatte att producera radioprogrammet *Sohkaršohkka* som riktar sig till de yngre publiksegmenten. Utöver radioprogrammet varje vecka skapade redaktörerna innehåll för sociala medier, såsom videor och lekfulla enkäter och tävlingar där publiken kunde ta del i en dialog med redaktörerna.

De unga redaktörerna på Yle Sápmi samarbetade också kring ett pilotprojekt i video och tv som riktar sig till unga, *Sámi Sherlock*. Projektet testade produktionen av en fiktiv videoberättelse för unga och

unga vuxna med avstamp i en samisk kontext. I projektet deltog också Sameområdets utbildningscentral. Sámi Sherlock publicerades på Yle Arenan på samernas nationaldag 6 februari 2018.

Den samiska redaktionen deltog med serien ”Pohjoisen pojat” i kampanjen *Sekasin – Helt knäpp*, vars mål var att uppmuntra unga att tala om sina problem.

År 2018 deltog enaresamiska och skoltsamiska elever även för första gången i Yles projekt för mediefostran, Yle Uutisluokka/Yle Nyhetsskolan.

Arbetet med att digitalisera Yle Sámi Radios radioarkiv fortsatte så som under tidigare år. Resurserna för Arkivet togs från den befintliga budgeten för radioproduktioner och arkivmaterial på enaresamiska, skoltsamiska och nordsamiska utnyttjades också i radio.

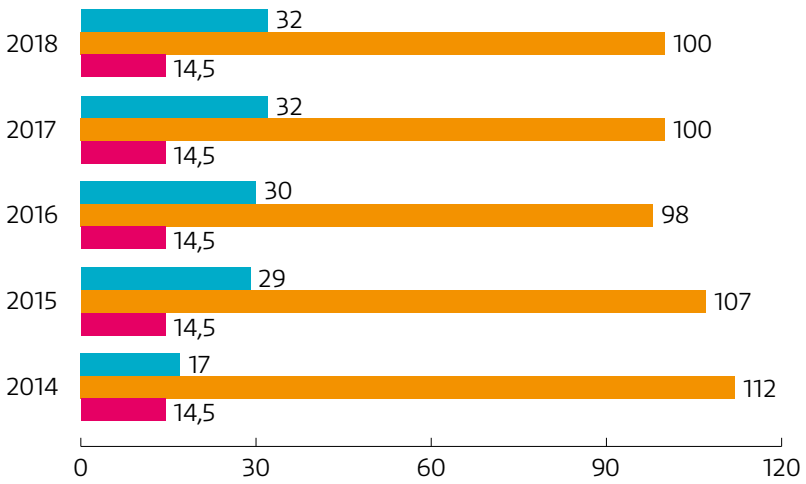
Arkivet innehåller unikt material om den samiska kulturen sedan 1970-talet på alla tre samiska språk som talas i Finland. Under 2018 publicerade det samiska Arkivet i genomsnitt en artikel varje vecka.

Yle Sápmis programtimmar 2011–2018

Yle Sápmis programtimmar i radio minskade något jämfört med år 2017 till följd av ändringar i sändningstiderna. Efter en publikenkät hösten 2017 ändrades sändningstiderna så att de bättre svarade på den samiska publikens behov.

Det är omöjligt att exakt specificera de olika samiska språkens andelar av radioutbudet eftersom samtliga tre språk hörs i programflödet under dagen och används av programvärdarna varje dag. De tre språkens relativa andelar är i stort sett oförändrade.

Yle Sápmis programtimmar i tv 2014–2018

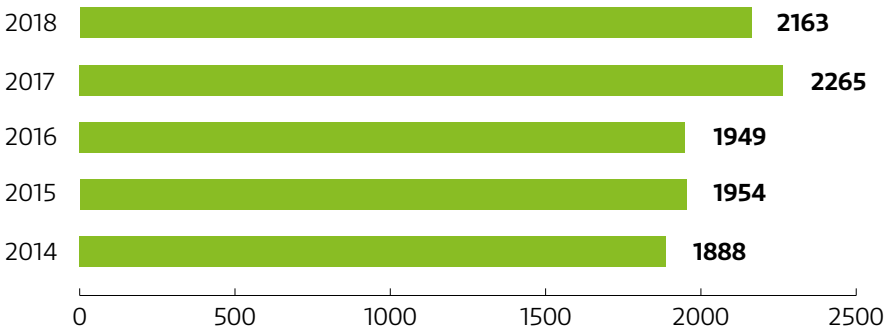


Ođđasat Nordiska tv-nyheter på samiska, 15 min. Sena vardagas kvällar på Yle TV1. Repris följande dag på Yle TV1 kl. 12.15.

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

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

Yle Sámi radios programtimmar i radio 2014–2018



3.4 TJÄNSTER FÖR SPECIALGRUPPER OCH ANDRA MINORITETER

I lagen om Rundradion åläggs Yle att främja jämställdhet, tolerans och kulturell mångfald. Inom sitt public service-uppdrag ska Yle arbeta för att alla medborgare ska ha lika stor möjlighet att delta i samhället och samhällsdebatten och ta del av gemensamma upplevelser.

I Yles utbud innebär mångfald att personer med olika bakgrund, språkliga och kulturella minoriteter, och personer som på grund av sensorisk- eller andra typ av funktionsnedsättning är i en utsatt position, uppmärksammas på lika grunder i Yles innehåll.

Yle lyssnar regelbundet på special- och minoritetsgruppernas synpunkter på Yles serviceutbud och utvecklingen av det.

Utöver utbudet av anpassade specialtjänster är Yles målsättning att ge representanter för minoriteter och specialgrupper en större roll som deltagare, experter och kreatörer i innehåll som riktar sig till den stora allmänheten.

Exempel på sådant innehåll är Yle Kioskis serie *AllXpanel*, som motarbetar fördomar, samt diskussionsprogrammet *Mahadura & Özberkan* i Yle Puhe som belyser aktuella samhällsteman ur nya perspektiv. Finlands Röda Kors tilldelade det senare programmet utmärkelsen Humanitär handräckning 2018.

Tillgänglighet

Yle fortsatte att arbeta för att ge specialgrupper bättre tillgänglighet till innehåll och tjänster. Bättre tillgänglighet bidrar till jämlikhet och betjänar förutom specialgrupper även andra som använder Yles innehåll och tjänster.

Yle samlade år 2018 representanter för olika specialgrupper till en fokusgrupp som ska utvärdera och testa nya tjänster i samarbete med Yle. Det så kallade Yle-rådet består av personer som aktivt använder specialtjänster samt experter från olika organisationer för funktionsnedsatta.

Nya tekniska lösningar som artificiell intelligens, maskininlärning, automatisk videoanalys och taligenkänning kan i framtiden ge nya möjligheter för bland annat textning av tv-program i direktsändning och syntolkning för personer med nedsatt syn.

Yles experiment med automatisk innehållsanalys har gett uppmuntrande resultat men det behövs ytterligare utveckling innan tekniken kan användas i större skala. Manuellt arbete kommer

ännu länge att behövas för högkvalitativ tv-textning, översättningstextning och syntolkning.

Yle strävar efter att förbättra informationen om sina tillgänglighetstjänster. I början av 2019 introduceras nya symboler som visas på skärmen och berättar för tittarna vilka tillgänglighetstjänster som finns att tillgå för programmet.

Textning och tolkning av program

Yle producerar textning av två olika slag, nämligen **översättningstextning** och **programtextning.** Yle har översättningstextning i alla tv-program på andra språk än finska eller svenska.

Volymen av textning på svenska ökade betydligt 2018 i utbudet i de sammanslagna kanalerna Yle Fem och Yle Teema. Allt utbud på bästa sändningstid i Yle Teema översattes till svenska. Även textningen till finska och svenska i program som publicerades bara på Yle Arenan ökade betydligt. Yle Fems program textas fortfarande till både svenska och finska.

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

År 2018 hade Yle programtextning i samtliga tv-program på finska och svenska, med vissa undantag. Kommunikationsministeriet har beslutat att fram till 1 juni 2020 ge efter på textningsskyldigheten så att direktsändningar förses med textning inom 24 timmar för reprissändning i tv och på Yle Arenan.

Textning av direktsändningar och program som blir klara i sista minuten är en stor utmaning, eftersom bra direkttextning kräver fungerande teknik som tillsvidare utvecklas i Finland. Yle fortsatte utvecklingsinsatserna med externa samarbetspartner.

Vid årsskiftet tog Yle i bruk taligenkän-

Mahadura & Özberkan som bjuder på nya perspektiv på aktuella samhällsteman hör till de mest lyssnade programmen i Yle Puhe. År 2018 tilldelade Finlands Röda Kors programmet utmärkelsen Human handräckning.
Bild: Anne Hämäläinen

ning. För närvarande används taltextning endast vid program som färdigställs före sändning, men 2019 inleds testerna för textning av direktsändningar med hjälp av taligenkänning.

Ljudtextning är primärt en tjänst för personer med nedsatt syn och lässvårigheter. Ljudtextning går ut på att texten i rutan omvandlas till syntetiskt tal. Yle har ålagts att tillhandahålla ljudtextning i alla program med översättningstextning.

På Yle Arenan fungerar ljudtextning även i enheter med Apple iOS som på grund av sina lättanvända funktioner är populära bland personer med nedsatt syn.

Under början av 2019 kommer ljudtextning att införas också i inslagen på främmande språk i de finsk- och svenskspråkiga nyhets- och aktualitetsprogrammen.

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

Yles ökade utbud av syntolkning har fått beröm av personer med nedsatt syn. Serier som försågs med syntolkning 2018 var bland annat Donna, Okänd soldat och den finska julkalendern *Maukkas och Väykkäs första jul*.

Programversionerna med syntolkning tillhandahålls om möjligt både i tv och på Yle Arenan.

Tjänster för språkminoriteterna

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

Romano Mirits – Romska pärlor i Yle Radio 1 och på Yle Arenan. Programmet på 15 minuter sänds varje vecka och innehåller aktualiteter om romerna och den romska kulturen samt nyheter på romani. Det spelar en viktig roll för bevarandet och utvecklingen av romani. Tre frilansredaktörer, av vilka två representerar den romska minoriteten, gör programmet vars innehåll utvecklas i samarbete med den romska gemenskapen.

Dramakomedin Ljus i natten (2017) av Aki Kaurismäki visades i Yle TV1 och på Yle Arenan med syntolkning. Syntolkning går ut på att synförnimmelser beskrivs med ord.
Bild: Malla Hukkanen

Specialtjänster i programtimmar 2018

I TV OCH PÅ YLE ARENAN (2018):

- *Oođasat 92 timmar (2017: 99)*
- *Novosti Yle nyhetssändning i tv och på Yle Arenan 26 timmar (2017: 26)*
- *Nyhetssändningar på finskt teckenspråk i tv 67 timmar, från evenemang 800 timmar (2017: 67)*
  - *A-studio samt aktualiteter, inkl. Republikens presidents nyårstal*
  - *Barnprogram på finskt teckenspråk*
  - *Yle Nyheter på finskt teckenspråk*
  - *Yle Uutiset Viikko på finskt teckenspråk*
  - *Riksdagens frågetimmar*
- *Yle Nyheter på lätt finska 20 timmar (2017: 20)*
- *Syntolkning 8 timmar (2017: 8)*
  - *Hemmasalongen: Den lyckligaste dagen i Olli Mäkis liv*
  - *Min hemliga skog*
  - *Ljus i natten*
  - *Okänd soldat*

I RADIO (2018):

- *Romano mirits 11 timmar (2017: 12)*
- *Yle News 18 timmar nyhetssändningar + poddar 1 000 timmar (2017: 18)*
- *Nyheter på lätt finska 30 timmar (2017: 30)*

Yle News – nyheter på engelska i Yle Radio 1 och Yle Mondo samt på webben och i sociala medier. Yle News utbud beskriver det finländska samhället för personer som är bosatta i Finland och vars modersmål inte är finska, svenska, ryska eller samiska. Målgruppen omfattar också turister i Finland och i utlandet bosatta personer som är intresserade av Finland.

Yle News fokuserade 2018 på att stärka utbudet på webben och i mobilen samt på att fortsätta nyhetssändningarna i radio varje vardag. Räckvidden på webben och i sociala medier utvecklades kraftigt under 2018. I februari 2018 lanserade Yle News veckopodden *All Points North*.

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

Den främsta målgruppen för Novosti Yle är de ryssar som bor i Finland samt personer som är intresserade av ryska språket. År 2018 gjorde redaktionen nyheter för tv, webben och sociala medier. Novosti Yle i tv klockan 16.50 har haft i genomsnitt 250 000 tittare dagligen.

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

Yle Nyheter på lätt finska är daglig nyhetsbevakning i radio och på webben för personer med svårigheter att förstå tal eller skriven text. I nyhetsinslagen avgränsas ämnet till endast det väsentliga.

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

År 2018 riktades nyhetsutbudet på lätt finska speciellt till invandrare. I serien *Asioilla* lärde invandrare varandra hur de ska gå tillväga vid kontakter med bland annat finländska myndigheter eller sköta bankärenden.

Tjänster på finskt teckenspråk

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

År 2018 producerade Yle sändningar på finskt teckenspråk bland annat från presidentens mottagning på självständighetsdagen, utlysningen av julfriden och valvakan vid presidentvalet. Republikens presidents nyårstal visades på Yle Arenan med tolkning till både finskt och finlandssvenskt teckenspråk.

Sommaren 2018 visade Yle T*anja och de dövas Europa,* en dokumentärserie i åtta avsnitt om en döv huvudperson som besöker nio länder i Europa. Serien var en fortsättning på den prisbelönade serien *Jarkko och de dövas Amerika* från 2016.

Yle har de senaste åren ökat programutbudet på finskt teckenspråk för barn med nedsatt hörsel och deras familjer, såsom sagor på teckenspråk på Yle Arenan. År 2018 sände Yle till exempel *Frans och hans djurvänner,* en ny serie i sex avsnitt på finskt teckenspråk, som producerats i samarbete med Finlands Dövas Förbund.

3.5 ANDAKTSPROGRAM

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

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

den ortodoxa kyrkan i Finland, den katolska kyrkan i Finland samt de fria kyrkosamfunden och församlingarna.

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

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

Den andra sändningen av morgonandakten på finska tidigarelades med en dryg halvtimme till klockan 7.15. Den nya sändningstiden ledde till att det sammanlagda lyssnarantalet för morgonandakterna minskade med en fjärdedel. Å andra sidan fick kvällsandakten i radio en repristid sent på kvällen och nådde på så sätt ut till nya lyssnare.

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

Lyssnarantalet för radiogudstjänsterna var oförändrat medan tittarantalet för tv-gudstjänsterna ökade något.

Yle TV1 sänder gudstjänster på söndagar och kristna helger och dessutom andaktsprogram i repris på nästföljande vardagar. I tv har nya programformat utvecklats, som *Nojatuolikirkko* (”Fåtöljkyrkan”), *Reissukirkko* (”Färdkyrkan”) och musikgudstjänsten *Riemulaulut* (”Glädjesånger”), som även tilltalar något yngre målgrupper. Majoriteten av dem som tittar på gudstjänsterna är åldringar.

Sammanlagt visades 36 finskspråkiga tv-gudstjänster, av vilka fyra var reprissändningar och cirka en tredjedel sändes direkt. Yle sände fem fria kyrkosamfunds och församlingars gudstjänster, tre ortodoxa gudstjänster och en katolsk gudstjänst.

Allt fler tittare och lyssnare tar del av andaktsprogrammen på webben. De populäraste tv-gudstjänsterna sågs på Arenan över 20 000 gånger.

Droppen (Pisara) på lördagar är ett andligt tv-program där gästerna berättar om sitt förhållande till Bibeln. Programmet tappade cirka 11 procent av sina tittare.

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

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

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

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

ANDAKTSPROGRAMMENS SÄNDNINGAR 2018 (2017)

PÅ FINSKA

- *I radio 458 timmar (398 timmar)*
- *I tv 76 timmar (73 timmar)*

PÅ SVENSKA

- *I radio 146 timmar (152 timmar)*
- *I tv 16,5 timmar (11 timmar)*

ANDAKTSPROGRAMMENS PUBLIK I GENOMSNITT 2018, ALLA SÄNDNINGAR (2017)

PÅ FINSKA

- *I radio 90 200 lyssnare (95 000 lyssnare)*
- *I tv 119 500 tittare (121 100 tittare)*

PÅ SVENSKA

- *I radio 28 800 lyssnare (32 700 lyssnare)*
- *I tv 20 500 tittare (19 600 tittare)*

3.6

3.6 PROGRAMUTBUD FÖR UTLANDET

Webbtjänsten Yle Arenan är den viktigaste tjänsten för det finländska programutbud som kan ses i utlandet. Av de inhemska programmen kunde största delen ses överallt i världen på Yle Arenan, och praktiskt taget hela utbudet av nyhets- och aktualitetsprogram. Yles radiokanaler kan följas i direktsändning på Yle Arenan, med undantag för den digitala radiotjänsten Yle Mondo. År 2018 kunde 70–80 procent av videoutbudet på Yle Arenan ses utomlands.

Tillgången till Yles utbud förbättrades avsevärt då Yle började tillämpa EU-förordningen om dataportabilitet. Möjligheten att ta del av videoutbudet på mobila plattformar infördes i december. Det innebär att finländare som rör sig inom EU kan ta del av innehållet på Yle Arenan precis på samma sätt som i hemlandet genom att logga in på tjänsten med Yle-kontot.

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

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

Utbudet i TV Finland sammanställs av utbudet i Yle TV1, Yle TV2, Yle Fem och

Yle Teema. Det bjuder på ett brett urval av finländska filmer, dramaserier, aktualiteter, fakta- och debattprogram, barnprogram samt underhållnings - och musikprogram. År 2018 sände TV Finland 4 517 timmar, vilket var något mindre än året innan (2017: 4 706).

3.7 SÄKERHET, BEREDSKAP OCH MYNDIGHETSINFORMATION

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

Yle utvecklar ständigt den interna säkerhetskulturen för att säkerställa bolagets verksamhet. Bolaget bygger upp beredskapen för cyberhot och informationspåverkan genom intern utveckling och sektorsövergripande samarbete med intressenter. Yle har dessutom förbättrat säkerheten i lokalerna utifrån riskexponeringen såväl i Böle som i regionerna.

Yle upprätthåller god beredskap för incidenter under normala förhållanden och i undantagstillstånd genom planering, utbildning och övning. Yle genomförde i oktober den egna beredskapsövningen Yle Valmis 18 i samarbete med Försörjningsberedskapscentralens övning Tieto18. Övningen föregicks av ett beredskapsseminarium våren 2018. Yle fortsatte också arbetet med att uppdatera beredskapsplanerna.

I slutet av 2018 tog nödcentralsverket delvis i bruk det nya datasystemet ERICA, vilket kommer att automatisera förmed-

Den tredje säsongen av den populära serien Jägarliv, som handlar om jakt och fiske, sågs i Yle TV1 under hösten. Aki och hunden Äijä premierades som bästa tv-personlighet på Venlagalan.
Bild: Sami Sandberg

lingen av varningsmeddelanden från nödcentralsverket till Yle. Yle deltog under året i projektet för att utveckla systemet för varningsmeddelanden.

3.8 3.8 INHEMSKA PRODUCENTERS ROLL I YLES UTBUD

Samarbetet med inhemska produktionsbolag utgör ett viktigt element i Yles public service-uppdrag. Yle både köper in och sänder färdiga tv- och radioprogram och har innehållssamarbete med produktionsbolag. Dessutom samarbetar Yle med externa parter för att finansiera och ta fram nya program och programformat. Programinköpen och kompetensspridningen bidrar till livskraften och sysselsättningen av unga kreatörer i branschen.

Yle har systematiskt ökat inköpen från produktionsbolag. År 2018 köpte Yle program från produktionsbolag i Finland för sammanlagt 47,5 miljoner euro, vilket var mer än planerat.

Yle beställer innehåll av produktionsbolagen för olika målgrupper, företrädesvis för personer under 45 år i enlighet med bolagets strategi. Huvudsakligen är det fråga om program med upplevelser som skapar delaktighet samt innovativa och nyskapande projekt. Inköpen av program för barn och unga från externa produktionsbolag ökade med cirka 50 procent.

Många program som tagits fram av produktionsbolag har blivit publikfavoriter och tilldelats pris. Till de inköpta program som tilldelades Venla-pris 2018 hör bland annat *Vid liv 24 h, Karppi, Jägarliv* och *Soffpotatisarna*. Tretton av de femton Jussistatyetterna inom filmbranschen tilldelades filmer där Yle varit med som finansiär och som visas i Yles utbud 2018–2020.

Inom ramen för programinköp köper Yle visningsrätter för **inhemska filmer.** Nästan hälften av de inhemska långfilmerna görs med stöd av finansiering från Yle. År 2018 deltog Yle i finansieringen av tretton nya långfilmer.

Yles mål är att köpa in filmer som är tidlösa, och att ge möjlighet till att skapa filmer som inte hör hemma på de kom-

Kriminalserien Karppi, som visades i Yles kanaler, såldes för global spridning på Netflix. Pihla Viitala i huvudrollen premierades med Venlastatyett som bästa kvinnliga skådespelare. För närvarande pågår inspelningarna av säsong två.
Bild: Dionysos Films

mersiella plattformarna. Yles förköp av visningsrättigheterna står ofta för 10–30 procent av den totala finansieringen.

Yle spelar en synnerligen viktig roll när det gäller produktion och visning av inhemska dokumentärer och kortfilmer. Här är Yle det viktigaste mediebolaget som deltar i finansieringen. År 2018 samarbetade Yle bland annat med Finlands filmstiftelse och Centralen för audiovisuell kultur med att starta fortbildningsprogrammet Findoc i syfte att främja internationaliseringen inom finländsk dokumentärfilm.

År 2018 ökade Yle också inköpen av audioinnehåll från produktionsbolag genom att ingå avtal med 22 bolag om 30 programtitlar. Största delen av de köpta programmen var diskussionsprogram. En del av programmen är uppföljare till tidigare serier, och helt nya serier var bland annat *Demokratia ongelma, Diginen iltapäivä* och *Moniääninen Eurooppa*. Jari Sarasvuos radiomonologer hörde till de populäraste programmen i Yle Puhe och på Yle Arenan.

Morgonettans direktsändningar behandlar aktuella ämnen och angelägenheter varje vardagsmorgon. Programmet leddes av Päivi Neitiniemi och Pirjo Auvinen.
Bild: Jukka Lintinen / Yle

ALDRIG FÖR SENT ATT SURFA

Yles värde för finländarna 4

- **Yles betydelse för samhället och på ett personligt plan har ökat.**
- **Yle nådde ut till 95 procent av finländarna, vilket var en förbättring från året innan.**
- **Yle Radio Suomi var fortfarande den mest lyssnade radiokanalen och Yle TV1 den mest sedda tv-kanalen i Finland.**

4.1 YLE OCH PUBLIC SERVICE-UPPDRAGET

4.1

Finländarna anser att betydelsen av Yles public service-roll i samhället har ökat. Även Yles relevans i den personliga mediekonsumtionen ökade under året. Detta framgår av den årliga kanalimageundersökningen genom vilken Yle två gånger om året följer upp hur bolaget lyckats uppfylla sina långsiktiga mål.

På skalan 1–10 fick Yles betydelse för samhället betyget 8,2, vilket var något bättre än året innan. Yles roll i den personliga mediekonsumtionen fick betyget 7,3, vilket var en halv procentenhet högre än året innan.

95 procent av finländarna använde minst en av Yles tjänster under en vecka. (Motsvarande andel 2017 var 93 procent.) Räckvidden utvecklades positivt också bland under 45-åringar, av vilka Yle nådde 91 procent varje vecka. Intresset för Yles innehåll och tjänster inom hela befolkningen var 83 procent, det vill säga oförändrat jämfört med året innan.

Yles projekt Aldrig för sent att surfa aktiverade finländarna att lära ut digitala färdigheter till seniorer. Över 1 400 personer tog del av råd och tips på tio orter och nya färdigheter lärdes ut på webben över 5 000 gånger.
Bild: Ilmari Fabritius / Yle

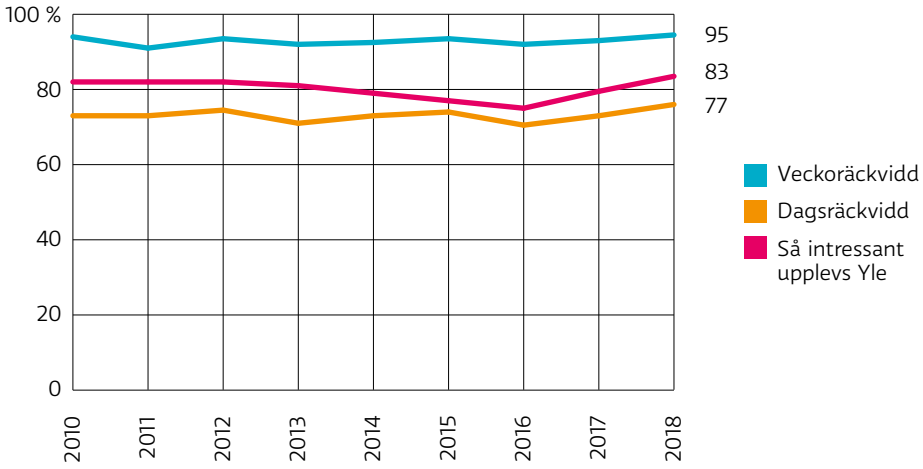
Finländarna anser att Yle överlag har lyckats bra i sitt public service-uppdrag. I undersökningen ”Så värdefullt är Yle för finländarna” fick Yle snittbetyget 4,59 för sitt public service-uppdrag (på skalan 1–6). Det är något sämre än året innan (2017: snittbetyg 4,74), men bättre än för tre år sedan. Endast tre procent ansåg att Yle hade skött sitt uppdrag dåligt eller mycket dåligt.

Utöver public service-uppdraget mäter enkäten också uppfattningarna om Yles trovärdighet, ansvar, interaktion och finansiering. I motsats till tidigare år genomfördes enkäten 2018 som telefonintervjuer och frågorna sågs över, vilket innebär att de senaste resultaten inte är direkt jämförbara med tidigare år.

I fråga om Yles viktigaste innehåll och tjänster betonar finländarna tillgången till trovärdig information, inhemskt utbud på sitt modersmål samt högklassiga program och tjänster för barn. Finländarna upplever det som viktigt att Yle förmedlar allmänbildning och är väl insatt i förändringarna i det finländska samhället och i omvärlden. Finländarna uppskattar även stort att utbud och tjänster är lättillgängliga.

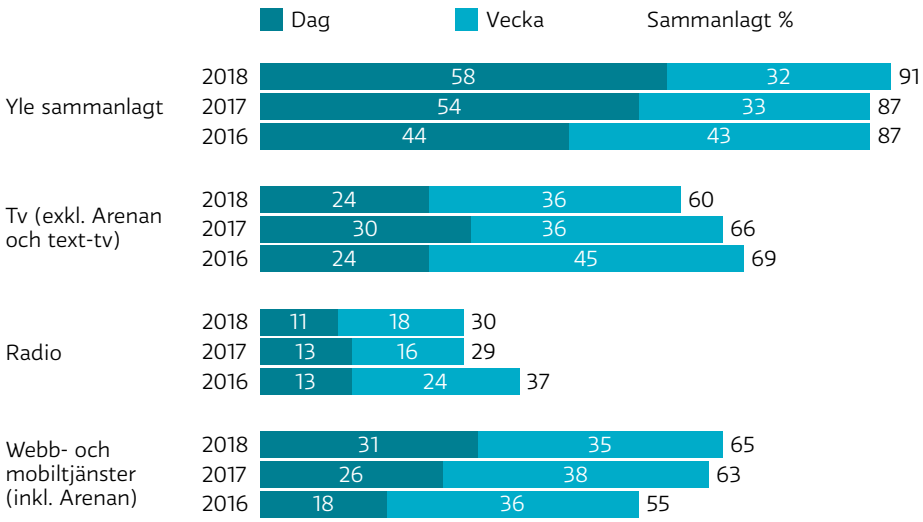
Finländarna anser att Yle har lyckats väl med att tillhandahålla de tjänster som upplevs som de viktigaste. Däremot anser de att Yle kan bli bättre på att främja det civila samhället, delaktighet, jämlikhet och jämställdhet.

Räckvidd och så intressant upplevs Yle 2010–2018



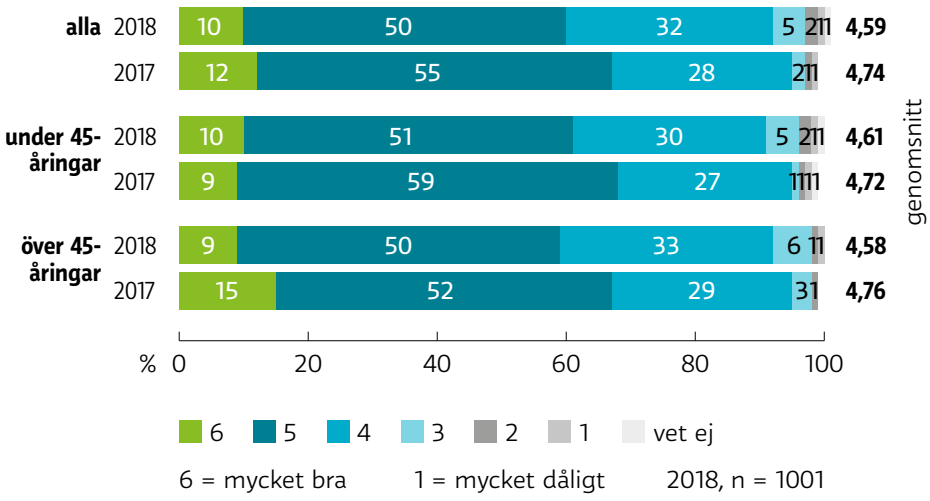
15+-befolkningen
Källa: Kanalimageundersökning 2018, Taloustutkimus / Smart data och kundinsikt, Yle
Observera: Från och med våren 2015 ingår också Yles sociala medier i vecko- och dagsräckvidden.

Räckvidden för Yles medier 2016–2018, % 15–44-åringar



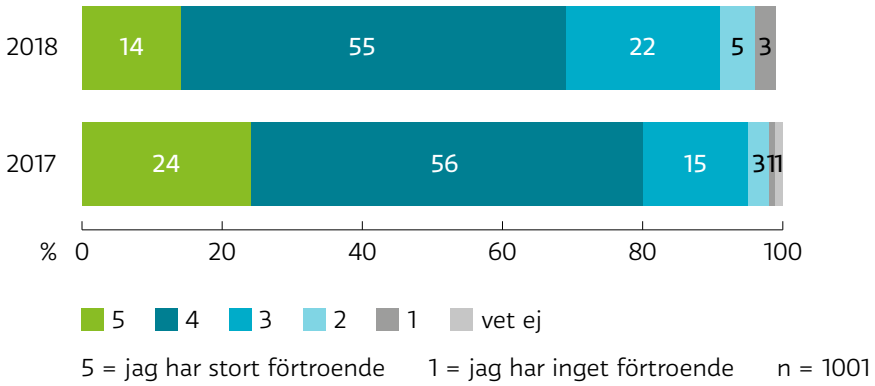
Källa: Kanalimageundersökning, Taloustutkimus / Smart data och kundinsikt, Yle

Hur väl har Yle lyckats i sitt public service-uppdrag som helhet 2017–2018



Källa: Hur värdefullt är Yle för finländarna 2018, Taloustutkimus

Finländarnas förtroende för Yle åren 2017 och 2018



Källa: Hur värdefullt är Yle för finländarna 2018, Taloustutkimus

Enligt undersökningen hade 69 procent av finländarna mycket stort eller rätt stort förtroende för Yle. Jämfört med resultaten året innan hade andelen personer med mycket stort förtroende minskat från 24 procent till 11 procent. En dryg femtedel hade varken en positiv eller negativ syn på förtroendet, medan endast tre procent uppgav att de inte alls litade på Yle.

Utifrån enkäten hade finländarnas förtroende även för andra samhällsinstitutioner minskat något. Yle fick högst betyg bland mediebolagen i fråga om förtroende och placerade sig på sjätte plats på en lista över 19 samhällsinstitutioner. Listan toppas av Republikens president och polisen.

Finländarna var mer nöjda med Yles finansiering än någonsin tidigare. Av respondenterna var 74 procent nöjda med Yleskatten och 78 procent ansåg att de får mycket bra eller ganska bra valuta för skattepengarna.

Yle anses även vara en ytterst ansvarstagande aktör. Majoriteten anser att Yle agerar öppet och att dess utbud skiljer sig från de övriga medierna.

4.2 YLES PUBLIK I TV, RADIO OCH PÅ WEBBEN

Tv är fortfarande det media som förenar finländarna, trots att tv-tittandet minskat något jämfört med året innan. År 2018 nådde Yles tv-kanaler ut till 78 procent av finländarna varje vecka och 52 procent varje dag.

Även 2018 var Yle TV1 Finlands mest sedda kanal och nådde 42 procent av finländarna varje dag. Räckvidden för MTV:s kanaler var 48 procent, Nelonen Media 39 procent och Discovery Networks Finland 26 procent.

Flest tittare hade Yles utbud av nyheter, aktualiteter, fakta, sport och utländska serier. Höjdpunkterna inom sporten

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

Yle TV1
- *Självständighetsdagen: Fest på slottet 2018*
- *Inför fest på slottet (Kohti Linnan juhlia)*
- *Valvaka, första omgången i presidentvalet*
- *Åbo utlyser julfreden (Suomen Turku julistaa joulurauhan)*
- *Hemmasalongen: Okänd soldat*

Yle TV2
- *Eurovision Song Contest 2018*
- *Gyllene Venla (Kultainen Venla)*
- *Snögubben (Lumiukko)*
- *Hälsningar från Finland*
- *Karppi*

Yle Teema
- *Okänd soldat*
- *Resa med Ella: Syditalien*
- *Eppu Normaali-film*
- *Kino Klassiker: 7 vågade livet*
- *Kino: Mitt hus i Umbrien*

Yle Fem
- *En man som heter Ove*
- *Morden i Sandhamn: I maktens skugga*
- *Presidentvalsdebatt*
- *Vår tid är nu*
- *Arne Dahl: Upp till toppen av berget*

Yle Arenan
- *Pirjo*
- *Vov-patrullen (Ryhmä Hau)*
- *Karppi*
- *Sorjonen*
- *Markus vs. världen*

var fotbolls-VM samt OS i Sydkorea.

Yles regionala tv-nyheter är fortsättningsvis populära. De regionala nyheterna på finska i Yle TV1 kl. 17.06 sågs i genomsnitt av 549 000 tittare och sändningen kl. 18.22 hade nästan 627 000 tittare.

Den svenskspråkiga befolkningen i Finland tittade i genomsnitt drygt trettio minuter mindre per dag på tv den övriga befolkningen. Dagsräckvidden för Yles tv-kanaler var 44 procent av de svenskspråkiga finländarna. Även de tittade mest på TV1, med en daglig räckvidd på 31 procent.

Yle Fem nådde ut till 19 procent av de svenskspråkiga finländarna varje dag och 48 procent varje vecka. Både räckvidden per dag och per vecka backade några procentenheter jämfört med året innan. Räckvidden för MTV:s kanaler var 30 procent, Nelonen Media 27 procent och Discovery Networks Finland 19 procent av de svenskspråkiga.

Radiolyssnandet var i stort sett oförändrat. Av befolkningen över nio år lyssnade 92 procent på radio under veckan. Under en genomsnittlig dag nådde radion 71 procent av befolkningen. Räckvidden för Yles radiokanaler var 53 procent per vecka och 36 procent per dag. Jämfört med året innan hade räckvidden minskat något.

RADIOPROGRAM MED FLEST LYSSNARE I YLES KANALER 2018

- *Yle Radio Suomi: Onnen sävel och Tarja Närhin Iskelmäradio*
- *Yle Radio 1: Ykkösaamu och Muistojen Bulevardi*
- *YleX: YleX Aamu och Poikelus ja Hätönen*
- *Yle Puhe: Politiikkaradio och Mahadura & Özberkan*
- *Yle Radio Vega: Regional morgon*
- *Yle X3M: X3M Morgon*

Fest på slottet har i åratal varit det mest tittade programmet i tv. År 2018 följde i genomsnitt 2,44 miljoner finländare med Republikens presidents mottagning.
Bild: Jyrki Valkama / Yle

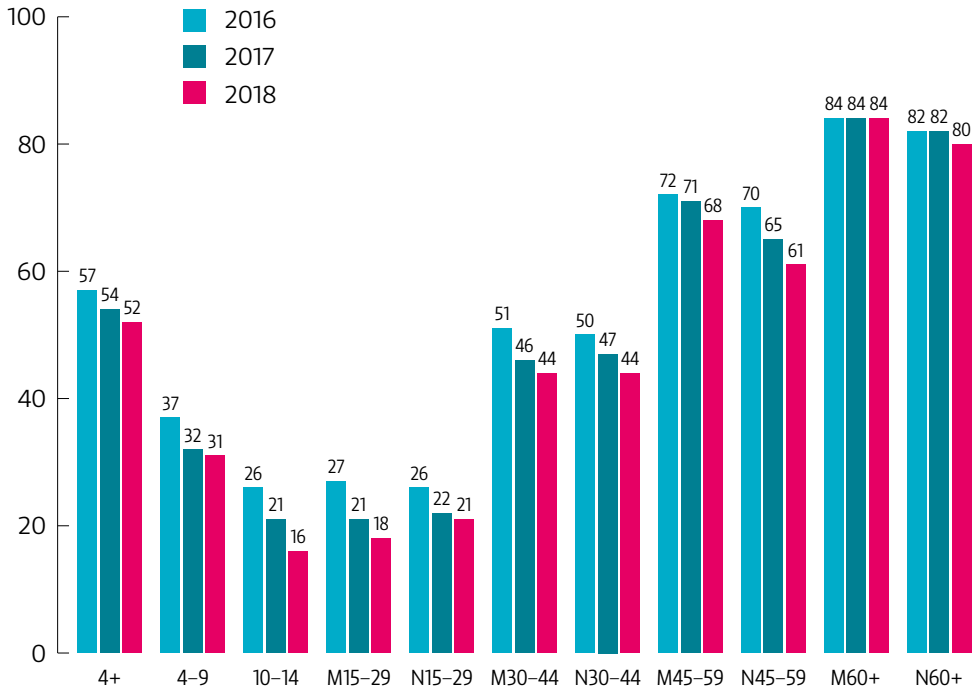
Som **regionalradio** sänder Yle Radio Suomi både rikstäckande och regionalt utbud i 18 regioner. Dessutom sänder Yle Vega regionala program i fem regioner.

I likhet med tidigare år hade Yle Radio Suomi den bästa räckvidden i Lappland, där 44 procent av befolkningen lyssnade på kanalen varje vecka. Den andra ytterligheten var Österbotten, där Yle Radio Suomi varje vecka nådde 29 procent av befolkningen över nio år. Precis som året innan hade Yle Radio Suomi i Helsingfors en räckvidd på 31 procent, och det största antalet lyssnare, det vill säga 462 000 lyssnare per vecka.

Radion är fortfarande viktig för den **svenskspråkiga befolkningen.** År 2018 var radions räckvidd bland svenskspråkiga finländare över nio år 92 procent varje vecka och 73 procent varje dag. Jämfört med året innan minskade den genomsnittliga lyssnartiden per dag med fem minuter.

Räckvidden för Yle Vega hos den svenskspråkiga befolkningen var 54 procent per vecka och 39 procent per dag, vilket var en liten minskning jämfört med året innan. Yle Vega är den enda finländska kanalen som också har regionala sändningar på svenska. Veckoräckvidden för ungdomskanalen Yle X3M minskade något och låg på 24 procent. I sin målgrupp av 15–24-åringar nådde Yle X3M ut till 42 procent varje vecka.

Yles tv-kanaler, räckvidd per dag 2016–2018, enligt ålder, %



Källa: TV-mätarundersökning 2018, Finnpanel / Smart data och kundinsikt, Yle

Webbtjänster

År 2018 nådde Yles webbtjänster varje vecka 63 procent av över 15-åringarna i Finland (dvs. 2,7 miljoner människor), vilket var en liten förbättring jämfört med året innan. Siffrorna baserar sig på kanalimageundersökningen KMK. Uppgifterna om användningen av webbtjänsterna per månad baserar sig på FIAM, som är den offentliga onlinepublikmätningen i Finland. Enligt den hade Yle i medeltal 3 579 000 webb- och mobilbesökare varje månad.

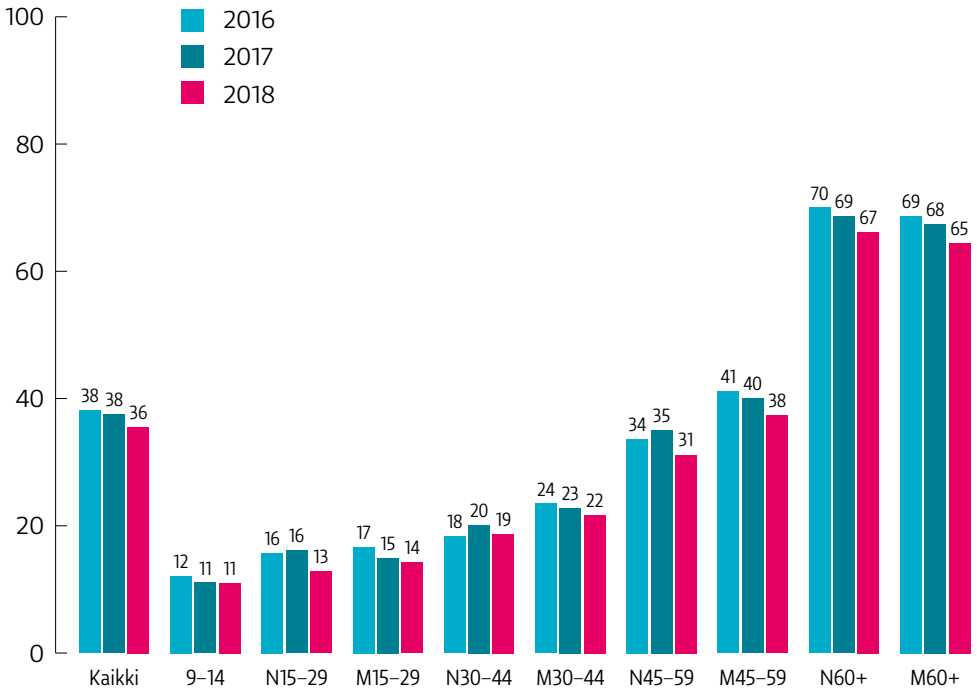
Under 2018 gjordes totalt över 860 miljoner besök på Yles webb- och mobiltjänster (Adobe Analytics). På Yle Arenan gjordes 620 miljoner starter, antingen för videoprogram och -inslag, audioprogram och -inslag eller för live radio- och tv-sändningar – alltså i genomsnitt nästan 1,7 miljon starter per dag. Det innebär en ökning med nästan hundra miljoner.

Yle-konto

Gränsen på en miljon Yle-konton spräcktes 9 oktober 2018 och vid utgången av året hade antalet Yle-konton nått nästan 1,1 miljoner. Konton har registrerats i stadigt takt av finländare i alla åldrar. Över 45-åringar tillbringar mest tid som inloggade på Yle Arenan.

Personer som loggat in med sitt Yle-

Yles radiokanaler, räckvidd per dag 2016–2018, enligt ålder, %



Januari–November
Källa: KRT 2018, Finnpanel / Smart data och kundinsikt, Yle

konto använder nästan fyra gånger mer tid på Yle Arenan än personer som inte har loggat in. Bland de inloggade är ett flertal trogna användare av Yles innehåll, men även sporadiska användare har det lättare att hitta intressant innehåll som inloggade. Att kunna markera favoriter eller fortsätta titta där man blev i programmet trots att man byter enhet, är funktioner som förbättrar användarupplevelsen. Användarna lyssnar också mer på audioutbudet som inloggade.

4.3 4.3 UPPFÖLJNING AV PUBLIKRESPONS OCH INTERAKTION MED INTRESSENTER

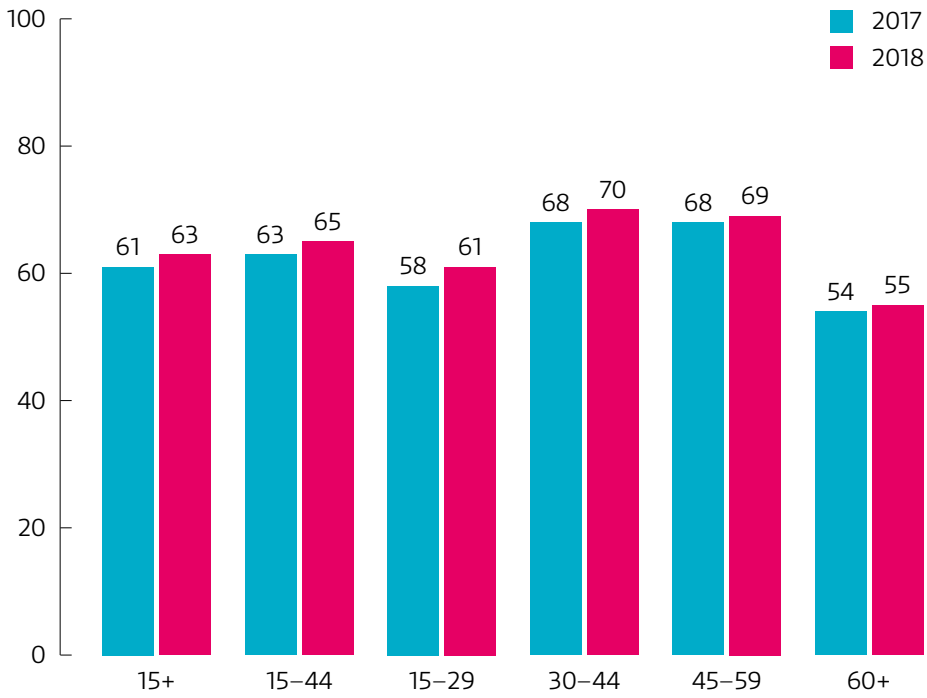
Finländarna har möjlighet att kontakta Yle och ge direkt respons på många olika sätt – per e-post, telefon, på webben och också i sociala medier.

Yle får cirka 40 000 meddelanden per vecka, med andra ord över 2 miljoner meddelanden per år. Endast en bråkdel av responsen statistikförs eftersom största delen av kontakterna – nästan 90 procent – sker via sociala medier. Medarbetare får också respons till sina personliga adresser.

År 2018 tog Yle emot cirka 138 000 statistikförda kontakter per telefon, e-post eller på webben. Ökningen i mängden respons har planat ut de senaste åren.

Största delen av den statistikförda responsen gällde programmen och Yle Arenan. Svenska Yle mottog 3 184 responsmeddelanden på svenska. Cirka 6 900 meddelanden gällde teknisk respons om radio- och tv-sändningarna. Unge-

Yles webb, räckvidd per vecka 2017–2018, enligt ålderskategori, %



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

får 3500 meddelanden gällde Yle-kontot.

Omläggningarna i Yle Puhe och ändringen av musikprofilen i Radio Suomi gav upphov till respons genom året. Medborgarna kommenterade också ivrigt presidentvalet och referaten från fotbolls-VM.

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

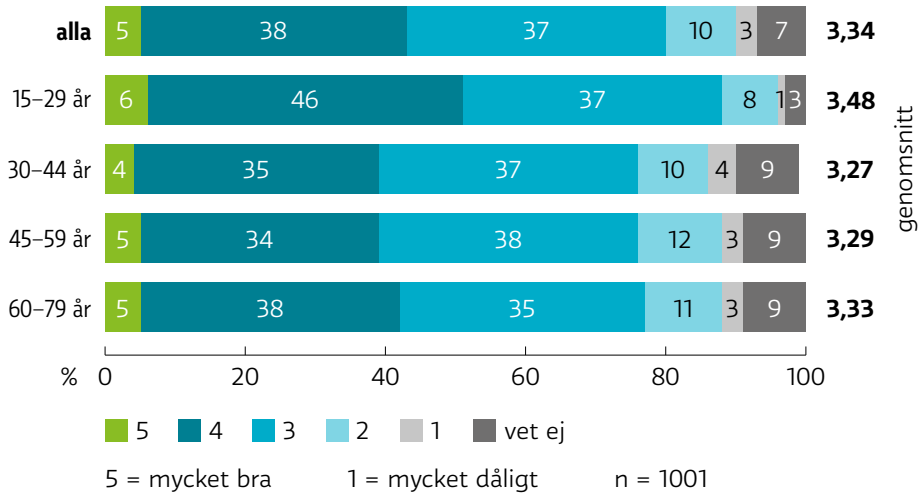
Sami Koivisto, Yles chef för publikdialog sedan 2017, stödde dialogen mellan publiken och bolaget samt deltog i flera hundra diskussioner och evenemang.

Chefen för publikdialog ska främja transparent journalistik genom att lyssna på medborgarna och aktivt diskutera mediernas verksamhetssätt med dem. På Yle samarbetar chefen för publikdialog med de ansvariga redaktörerna och arbetar i par med chefen för journalistisk standard och etik.

Chefen för publikdialog bistår bolagets övriga chefer, experter, redaktioner, redaktörer, säkerhetspersonal, jurister och Yles kundtjänst i olika frågor kring publikdialog, behandlar respons och hjälper med att svara på responsen. Chefen för publikdialog utbildar även Yles redaktörer i interaktionen med publiken, bland annat i hur man bemöter hatretorik.

Under 2018 sammanställde chefen för publikdialog tre publikresponsrapporter till styrelsen och förvaltningsrådet. Han var också programvärd för två frågekvällar om Yle *(Kysy Ylestä)* i Radio Suomi.

Hur väl har Yle lyckats i interaktionen med finländarna 2018



Källa: Hur värdefullt är Yle för finländarna 2018, Taloustutkimus

Yles verksamhet: utveckling och principer

5

- **Yle satsar fortsättningsvis på att nå den unga publiken.**
- **Samarbetet mellan Yle och kommersiella medier framskred genom nya projekt.**
- **Yle svarar på framtidens utmaningar genom att utveckla kompetensen, arbetskulturen och tekniken.**

5.1 UTVECKLING AV VERKSAMHETEN

5.1

Yle har systematiskt fortsatt utvecklingsarbetet för att kunna svara på den ökande fragmenteringen i mediekonsumtionen och nya tekniska rön. Bolaget har satsat resurser på digital förnyelse och tagit fram moderna arbetssätt som ska hjälpa bolaget att nå de viktigaste målen för de närmaste åren.

Åren 2018–2020 ska Yle styra en betydande andel av resurserna till bolagets fokusområden, nämligen till nytt innehåll, utveckling av webbtjänsterna och investeringar som stöder dessa. Yle fortsätter satsningarna på att locka den unga publiken till public service-innehåll och ökar närvaron och interaktionen med finländarna. Bland annat kommer mängden direktsändningar att öka och få nya former på olika plattformar.

Yle vill speciellt öka medborgarnas förståelse av den snabbt föränderliga och allt mer komplexa omvärlden med hjälp av både journalistik och andra framställningssätt. För att kunna uppnå detta satsar Yle på nya innehålls- och tjänstekoncept samt på personanpassade tjänster och datakompetens.

Partnersamarbetet ökar också. När det gäller utvecklingen av digitala tjänster är utmaningen för Yle – precis som för mediefältet överlag – att kunna konkurrera mot globala aktörer och deras överlägsna resurser.

Yle fortsätter testa nya tekniska lösningar. Bolaget har genomfört lovande försök med bland annat artificiell intelligens, robotik, röststyrning, virtuell verklighet och förstärkt verklighet som stöd för innehållsproducenter och produktioner.

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

Dessutom undersöker Yle möjligheter att utnyttja ny trådlös teknik, som 5G, för produktion och distribution av medieinnehåll.

Övergången till HD-distribution av tv-kanalerna i det markbundna nätet skulle genomföras i början av 2019, men

Factory-hallen i Mediapolis är inspelningsplatsen för bland annat SuomiLove som för samman rörande livshistorier och kärlekssånger framförda av finländska artister. På bilden Saara Aalto och en tittare som överraskats med en låt.
Bild: Atte Mäläskä

skjuts upp på grund av ett klagomål. Yle inledde i början av 2018 upphandlingen för HD-distribution och DNA överklagade detta till marknadsdomstolen. I februari 2019 godkände marknadsdomstolen delar av DNA:s klagomål och förbjöd Yle att fortsätta upphandlingen som var föremål för klagomålet. Genom att beslutet om Yles distribution skjuts upp måste hela tv-sektorn tänka över sin övergång till HD, som var planerad att genomföras i Finland under 2020.

Yle fortsätter internt att satsa på att utveckla arbetskulturen och ledarskapet genom kunskap. Dessutom fortsatte bolaget översynen av lokalerna och slutförde omorganiseringen av produktionsverksamheten.

Yle Produktion och Design uppfyller olika produktionsbehov genom att smidigt kombinera egna resurser och köpta tjänster. Volymen av egenproducerade tjänster minskade med cirka sju procent jämfört med året innan.

Genom att den dagliga dramaserien *En ny dag* (Uusi päivä) lades ner, frigjordes produktionslokaler i Mediapolis i Tammerfors för annan användning. Inspelningshallen Factory inrymde bland annat de imponerande produktionerna *SuomiLove* och *Näsdagen*.

Yle fortsätter att minska på antalet verksamhetslokaler och effektiviserar användningen av lokaler vilket frigör resurser för den övriga verksamheten. Bolaget kommer att koncentrera sina verksamheter i Böle till Mediehuset, Kreativa huset, Studiohuset och Sändningscentralen före 2022.

De regionala redaktionerna i Enare och Kuopio ska flytta till hyrda lokaler i centrum och Yle kommer att sälja de gamla lokalerna. Lokalernas ändamålsenlighet utvärderas också på andra orter med tanke på eventuella förändringar.

5.2 PARTNERSKAP OCH SAMARBETE MED ÖVRIGA MEDIER

Yle utvecklar sin verksamhet genom olika slags samarbete inom såväl utvecklingen av utbudet som distribution och teknik.

Yles direkta specialsändning från toppmötet i högsommarvarma Helsingfors lockade 1,9 finländare till tv-apparaterna. Yle var "host broadcaster" vid mötet och förmedlade i, samarbete med EBU, ljud och bild till de internationella mediebolagen.
Bild: EPA

Bolaget har också ett nära samarbete med läroanstalter, högskolor och organisationer.

Principerna för samarbetet omfattar ansvar och ömsesidighet samt mål som gynnar bägge parterna. Samarbetet ska också vara förenligt med Yles public service-uppdrag, värderingar och etiska verksamhetsprinciper samt stödja de gemensamma långsiktiga målen.

Samarbetet ska stärka förutsättningarna för den inhemska innehållsproduktionen, utveckla kompetensen och främja den tekniska utvecklingen inom mediebranschen.

Partnerskapen och samarbetet bygger på den nya Ylelagen enligt vilken bolaget genom sin verksamhet ska främja yttrandefriheten, högklassig journalistik och mångfald inom medierna.

Samarbete med kommersiella medier

Förhandlingarna om samarbete med kommersiella medier fortsatte i linje med den parlamentariska arbetsgruppens rekommendationer och Ylelagen. Yle lanserade flera experiment och gick vidare med etablerade samarbetsformer med andra mediebolag. Bolaget avtalade om fortsatt samarbete med STT och deltog aktivt i arbetet för att utveckla notisbyrån.

Nya samarbetsmöjligheter diskuterades under året med både riksomfattande mediebolag och regionala tidningar, som bland annat MTV, STT, Sanoma, Keskisuomalainen, Lännen Media, Kaleva, Uusi Suomi, Maaseudun Tulevaisuus, Satakunnan Kansa och Etelä-Suomen Sanomat. Yle har också fört enskilda diskussioner och haft utbildningssamarbeten med dagstidningar.

Vid presidentvalet 2018 erbjöd Yle resultatservice i samarbete med kommersiella medier och ordnade gemensamma valutfrågningar med regionala medier. Under toppmötet av Rysslands och USA:s presidenter i Helsingfors erbjöd Yle bildsignalen för tv-sändningar eller strömning för de mediebolag som ville använda den.

Yle fortsatte med praxisen att lägga in länkar från sina webbsidor till motsvarande innehåll i andra medier. Praxisen inleddes 2017. På så sätt vill Yle ge publiken bättre tillgång till service och medieinnehåll samt främja livskraften inom mediebranschen. Länkningen görs på journalistiska grunder. Yle länkar in material jämlikt och utan att särbehandla någon av de kommersiella aktörerna.

Yle har också ökat samarbetet med övriga medier bland annat inom beredskapsinsatser och beredskap för cyberhot.

Inom sporten arbetar Yle för att främja samarbetet med kommersiella aktörer genom mångsidiga partneravtal. År 2018 omfattade samarbetet bland annat anskaffning av innehåll och delning av visningsrätter på ett sätt som var fördelaktigt för parterna. Värdet på samarbetet var flera miljoner euro.

Till de viktigaste samarbetsavtalen hör ett omfattande partneravtal med Discovery om visningsrätterna för OS, avtal om visningsrätter för bilder i nyhetssändningar samt visning av toppfotboll i samarbete med Viasat.

Dessutom har Yle och MTV ett partneravtal om nyhetsutbyte och visningsrätter för skidsport. Inom sporten samarbetade Yle dessutom aktivt med Telia, Sanoma, Elisa, inhemska produktionsbolag samt grenförbunden.

Svenska Yle har främjat samarbetet med de svenskspråkiga medierna. I samarbete med KSF Media ordnade man för utbildningen Mobile journalism, som introducerade nya verktyg för journalister. Vasabladet, som utkommer på västkusten, deltog i ett gemensamt innehållsprojekt och Ålands Radio på Åland medverkade vid utvecklingen av radioverksamheten. SPT (Svensk Presstjänst) ordnar årligen seminariet Mediespråk, där Svenska Yle är en aktiv deltagare.

Yle samarbetar också med andra par-

ter för att höja profilen för audio. År 2018 deltog Yle aktivt i radiotjänsten radiot.fi, som omfattar över 100 radiokanaler. Radiot.fi var den första radiotjänsten i Finland som 2018 införde röststyrning på finska.

Yle har i flera år samarbetat med de kommersiella mediebolagen i intresseföretaget Media Metrics Finland (MMF) kring metoder för mätning av medieanvändning. År 2018 inleddes ett riksomfattande medieprojekt för framtagning av ett gemensamt medie-id. Ett gemensamt medie-id skulle göra det lättare för människor att röra sig mellan tjänster från olika mediebolag och öka mängden data som kan utnyttjas.

Det har redan i några år varit möjligt att lägga in video och audio från Yle Arkivet på andra webbplatser, som till exempel journalistiskt innehåll i kommersiella medier. Detta gäller största delen av det video- och audioinnehåll som ingår i artiklarna i Arkivet. De flitigaste användarna av denna möjlighet har varit Helsingin Sanomat och Ilta-Sanomat. Sedan hösten 2018 är det också möjligt att lägga in videoinspelningar på Yle Arenan på andra aktörers webbplatser, förutsatt att upphovsrätten tillåter det.

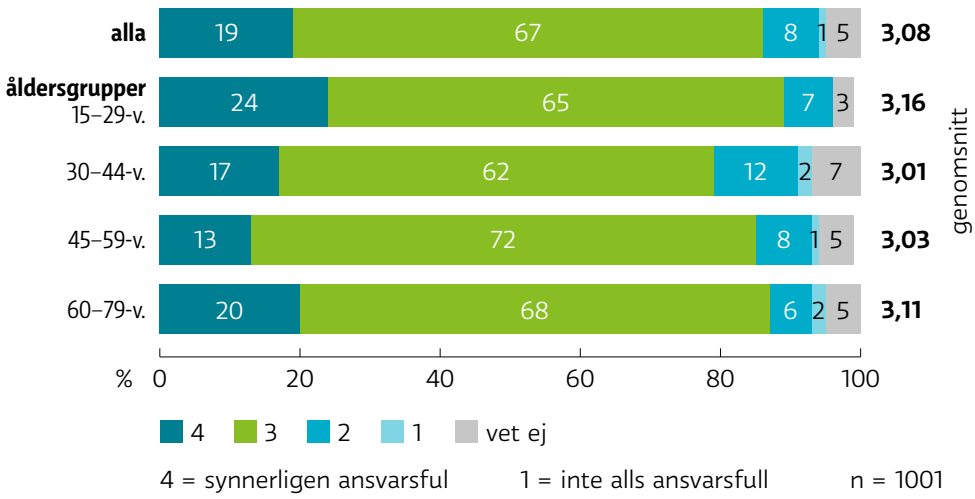
Yle och de övriga mediebolagen har kommit överens om fortsatta kontakter för att kartlägga möjligheterna för nya samarbetsformer och utvecklingsprojekt.

5.3 SAMHÄLLSANSVAR I YLES VERKSAMHET

Yle axlar ett omfattande samhällsansvar genom sitt public service-uppdrag. Ansvaret omfattar etiska arbetssätt, det ekonomiska ansvaret för effektiv användning av anslaget från Yleskatten samt Yles betydande sysselsättande roll inom den kreativa sektorn.

Yle har infört etiska riktlinjer (Code of conduct) för hela bolaget samt Yles

Yle som ansvarsfull aktör 2018



4 = synnerligen ansvarsful 1 = inte alls ansvarsfull n = 1001

Källa: Hur värdefullt är Yle för finländarna 2018, Taloustutkimus

etiska regler för program- och innehållsproduktion (EPI-regler) vilka gäller i synnerhet det redaktionella arbetet. Bolaget har dessutom förbundit sig att iaktta Journalistreglerna som utarbetats av Opinionsnämnden för massmedierna. Yles compliance-program ska säkerställa efterlevnaden av lagar, normer och etiska riktlinjer. Fokus för utbildning 2018 var dataskyddet och konkurrenslagstiftningen.

Compliance-funktionen bistås av en etisk grupp som sammanträdde två gånger under 2018. Gruppen består av chefen för compliance, HR-, strategi- och kommunikationsdirektören, en representant för affärsenheterna, en personalrepresentant och chefen för riskhantering.

Genom den så kallade etiska kanalen kan medarbetare vid behov anmäla uppdagade eller misstänkta fall av missbruk. Mycket få incidenter har rapporterats genom kanalen.

År 2018 startade Yle en process för att förtydliga prioriteterna för ledning av samhällsansvar.

Yle har också ett program för miljöansvar för 2017–2020. Yles samhällsansvar behandlas mer ingående på http://svenska yle.fi/bolaget. Mer information om compliance-verksamheten och de etiska principerna finns också i rapporten om Yles förvaltnings- och styrsystem.

5.4 OBEROENDE OCH VERKSAMHETSPRINCIPER

Yles utgivning och innehållsproduktion baserar sig på Yles värderingar: oberoende, trovärdighet och respekt för människan samt på de etiska principerna inom branschen. De ansvariga redaktörerna leder och övervakar det redaktionella arbetet. Deras ansvar och uppgifter fastställs i lagen om yttrandefrihet. De ansvariga redaktörerna utses av bolagets styrelse. De ska se till att Yle i sin innehållsproduktion och utgivning följer lagen, de etiska riktlinjerna och andra anvisningar som gäller bolagets verksamhet.

De ansvariga redaktörerna kommer överens om gemensamma riktlinjer och utvecklingen av de journalistiska processerna. Chefen för journalistisk standard och etik, chefen för medieregleringen samt bolagets juridiska avdelning bistår dem vid behov i frågor som gäller ansvarsfull verksamhet. Bolaget ordnar regelbundet utbildning om lagstiftning och riktlinjer med relevans för utgivningsverksamheten samt om etiska frågor.

De ansvariga redaktörerna fattar i sista hand beslut om utgivningen av innehåll. De ansvariga redaktörerna har också budgetansvar för innehållet vid sina respektive enheter, vilket underbygger de ansvariga redaktörernas oberoende och beslutanderätt i fråga om utbudet. På sina regelbundna möten diskuterar de ärenden som kan äventyra bolagets oberoende.

Utbildning om de etiska riktlinjerna ordnas regelbundet, bland annat som en del av introduktionen för nya anställda. Dessutom erbjuder Yle en nätkurs om etiska frågor. År 2018 preciserade de ansvariga redaktörerna anvisningarna för bedömning av krav på radering av Yles webbinnehåll samt gav en ny anvisning om användning av Yles material på sociala medier.

Yle och Opinionsnämnden för massmedier

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 2018 fattade ONM tio beslut som gällde Yle. I sex fall var beslutet friande. Yle fälldes i fyra fall som gällde sanningsenlig informationsförmedling, väsentliga sakfel, källskydd och journalistens ställning.

5.5

5.5 PERSONALENS UTVECKLING

Antal anställda och anställningar

Vid utgången av året hade Yle 2 811 personer i fast anställning med månadslön, vilket var en ökning med 25 personer jämfört med personalstyrkan vid utgången av 2017. Alla anställningar utgjorde i genomsnitt totalt 3 309 årsverken, vilket var 24 färre än året innan.

Den långvariga minskningen av Yles personalstyrka verkar ha planat ut, och 2019 kommer antalet anställda sannolikt att vara på samma nivå som föregående år. Förändringar i verksamheten och kompetensbehoven kan ändå ge upphov till personalnedskärningar i enstaka funktioner och uppgifter.

Till följd av samarbetsförhandlingar under tidigare år och beslut som fattats i anslutning till dem avslutade arbetsgivaren sex anställningar genom uppsägning på grund av produktionstekniska och ekonomiska orsaker.

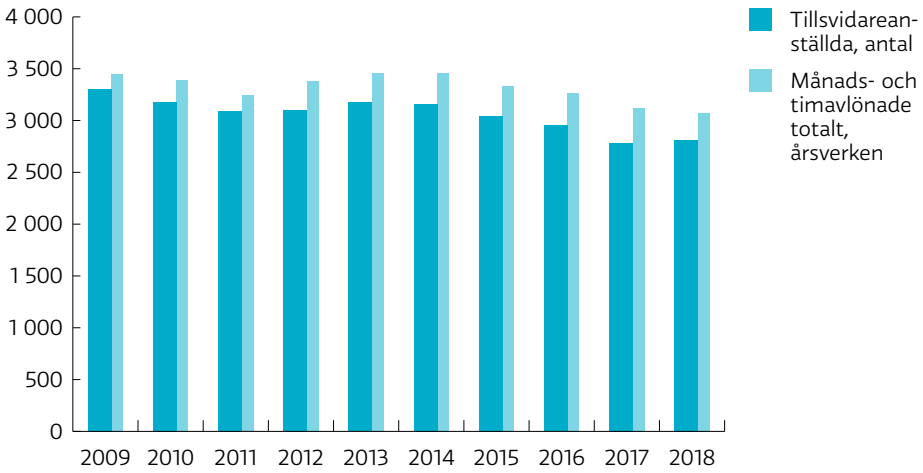
Kompetensutveckling och arbetshälsa

År 2018 inleddes arbetet för att ta fram en personalstrategi som ska ange visionen för lednings- och verksamhetskulturen på Yle samt målen för personalutvecklingen. Arbetet fortsätter 2019.

Fokus för utvecklingen var en starkare arbetskultur, lyhördhet gentemot medarbetarna och ledarskaps- och chefsfärdigheter. Utvecklingssamtalen gjordes mer flexibla och den interna arbetsrotationen ökades och systematiserades. Journalistakademin inledde sin verksamhet. Akademin främjar journalistik som är etiskt hållbar och mångsidigt betjänar olika publiksegment. Utbildningarna inleddes under hösten och 450 medarbetare deltog i dem.

Enkäten En bra dag på jobbet genomfördes precis som under tidigare år. Vid den nya verkställande direktörens tillträde fick hela personalen svara på hurdan arbetsplats Yle är. De enskilda arbetsge-

Yles personalutveckling 2009–2018



menskaperna hade möjlighet att genomföra smidigare pulsundersökningar.

Jämställdhet och jämlikhet

Yle har i tiotals år målmedvetet och aktivt arbetat för jämställdheten och arbetet har gett goda resultat. Kvinnornas andel av den fast anställda personalstyrkan är exakt 50 procent. Bland redaktörerna och producenterna är kvinnornas andel cirka 55 procent. Det finns några små yrkesgrupper som fortfarande är uttalat kvinno- eller mansdominerade. Yle strävar efter att effektivt arbeta med dessa problempunkter under 2019.

På programarbetarnas kollektivavtalsområde, som omfattar två tredjedelar av medarbetarna på Yle, är kvinnornas snittlön 99,7 procent av männens snittlön. Inom hela personalen är motsvarande andel 98 procent.

Yle uppdaterade bolagets jämlikhets- och arbetshälsoplan under 2018. Den fokuserar speciellt på jämställdhet och jämlikhet vid rekrytering, intern rotation och avlöning.

Yle har nolltolerans mot diskriminering, mobbning och annat osakligt bemötande på arbetsplatsen. Bolaget har modeller för att förebygga problem och ingripa om sådana uppdagas.

Yle främjar mångfalden bland sina medarbetare genom att ordna specifika praktikprogram för specialgrupper, som personer med invandrarbakgrund eller funktionsnedsättning. Den avlönade praktikens längd är 1–2 månader. Yles mål är att rekrytera kompetenta medarbetare med en så varierande bakgrund som möjligt.

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 resultat- eller premiesystem som bygger på uppställda mål och fastställda mätare.

Resultat- och teamkortspremierna betalas enligt hur väl målen uppnåtts året innan. År 2018 betalades totalt 2 821 099 euro i premier, varav 160 201 euro betalades till verkställande direktören och den övriga ledningsgruppen och 880 698 euro betalades till övriga som omfattas av styrkort. Teamkortspremierna uppgick till 1 780 200 euro. Premiebeloppet var 1,5 procent av bolagets totala lönesumma.

Yles finansiering, kostnadsstruktur och förvaltning

6

- **Yle höll ekonomin i balans.**
- **Yles totala intäkter uppgick till 474,3 miljoner euro. Anslaget från Yleskatten utgjorde 97,3 procent av intäkterna.**
- **Yle använde 381,8 miljoner euro på innehåll och tjänster.**

6.1 YLES FINANSIERING OCH INTÄKTER

6.1

Yle höll ekonomin i balans även 2018. Räkenskapsperiodens förlust uppgick till 5,5 miljoner euro. Vinsten från föregående år uppgick till 6,9 miljoner euro. Enligt förvaltningsrådets riktlinjer ska variationerna i resultatet från år till år ta ut varandra. Variationen uppstår främst vartannat år till följd av regelbundet återkommande stora idrottsevenemang.

Yles omsättning var 471,6 miljoner euro, vilket var en minskning med 0,1 procent jämfört med året innan. Intäkterna uppgick sammanlagt till 474,3 miljoner euro. De intäkter som härrörde från Yleskatten uppgick till 461,8 miljoner euro, eller 97,3 procent. Eftersom ingen indexjustering hade gjorts i finansieringen var Yleskattens andel densamma som under de föregående fyra åren. Övriga intäkter bestod huvudsakligen av intäkter från försäljning av program och tjänster.

6.2 UTVECKLING AV KOSTNADSSTRUKTUREN SAMT KOSTNADER

6.2

Yles kostnader och avskrivningar var 481,8 miljoner euro (2017: 467,9). Personalkostnaderna uppgick till 225,2 miljoner euro (222,6) och motsvarade 46,7 procent av samtliga kostnader, vilket var något mindre än året innan. Löner och arvoden minskade med 1,1 procent och uppgick till 180,9 miljoner euro (178,9). Pensionskostnaderna var 38,0 miljoner euro (35,4) och övriga lönebikostnader var 6,3 miljoner euro (8,3).

Personalkostnaderna ökade med 1,2 procent jämfört med året innan till följd av de generella kollektivavtalshöjningarna och ökningen av lönebikostnaderna.

Avskrivningar och andra kostnader för visnings- och upphovsrätter uppgick till totalt 89,1 miljoner euro (88,0). I sina olika medier visade Yle anskaffade inhemska program till ett värde av 26,5 miljoner euro (30,2). Avskrivningarna på sport och utländska program uppgick till 27,0 miljoner euro. Dessutom betalade Yle upphovsrättsersättningar för musik och radio, upphovsrättshonorar, repriser-sättningar och andra ersättningar för rättigheter i program för sammanlagt 35,6 miljoner euro.

Andra betydande poster i övriga rörelsekostnader var externa köptjänster för totalt 71 miljoner euro (63,6). I dessa ingår datatjänster, produktionstjänster,

Finansiella nyckeltal

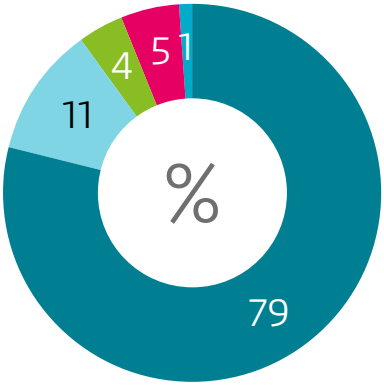
	2018	2017	2016	2015	2014
VERKSAMHETENS OMFATTNING (mn €/%)					
Omsättning	471,6	472,3	470,9	467,8	472,9
förändrings-%	-0,1	0,3	0,7	-1,1	1,5
Övriga rörelseintäkter	2,7	2,7	2,3	4,2	2,6
förändrings-%	-0,4	18,2	-45,9	63,1	-20
Kostnader och avskrivningar	481,8	467,9	476,1	468,5	480
förändrings-%	3	-1,7	1,6	-2,4	3,3
Balansomslutning *	315,4	296,4	286,1	290,5	292,5
Bruttoinvesteringar, materiella och immateriella tillgångar **	17,7	19,8	25,6	21,7	26,9
% av omsättningen	3,7	4,2	5,4	4,6	5,7
LÖNSAMHET (mn €/%)					
Driftsbidrag	69,3	83,4	74,2	76	81,1
% av omsättningen	14,7	17,7	15,8	16,2	17,2
Rörelsevinst/-förlust	-7,5	7	-2,9	3,6	-4,4
% av omsättningen	-1,6	1,5	-0,6	0,8	-0,9
Räkenskapsperiodens vinst/förlust	-5,5	6,9	-2,9	1,3	-4,7
% av omsättningen	-1,2	1,5	-0,6	0,3	-1
FINANSIERING OCH EKONOMISK STÄLLNING					
Quick ratio *	0,4	0,5	0,4	0,3	0,4
Soliditet % *	41	45,5	44,7	45	44,3
Räntebärande främmande kapital (mn €)	48,8	41,2	50,2	55,9	62,5
PERSONAL					
Medelantal årsverken (åv)					
under året ***	3 309	3 333	3 490	3 555	3 695
Löner (mn €)	167,8	166,6	171,5	173,3	175,5
Arvoden (mn €)	13,1	12,3	12,1	11,9	12,9
Löner och arvoden sammanlagt (mn €)	180,9	178,9	183,7	185,2	188,5

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

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

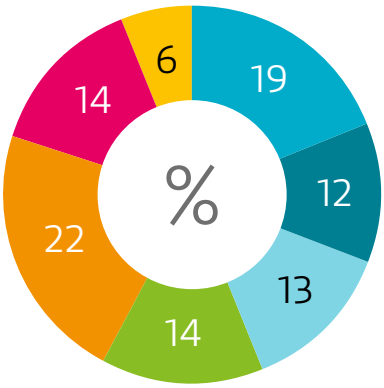
* Sättet för redovisning av immateriella rättigheter och skulder har ändrats för den aktuella räkenskapsperioden. Anskaffning av visningsrätter upptas bland immateriella rättigheter och skulder när de rättigheter och skyldigheter som hänför sig till visningsrätterna har övergått till bolaget. Tidigare upptogs betalda visningsrätter bland immateriella rättigheter och obetalda visningsrätter bland åtaganden utanför balansräkningen. Ändringen påverkar de redovisade nyckeltalen. Jämförelsetalen har justerats enligt det nya redovisningssättet.
** Exklusive anskaffning av visningsrätter.
*** Inklusive tillsvidareanställningar, visstidsanställningar samt anställningar som är timavlönade eller prestationsbaserade.

Yles kostnadsstruktur 2018, 481,8 miljoner euro



- Innehåll och tjänster 381,8 milj.€
- Teknik och infrastruktur 54,4 milj.€
- Gemensamma funktioner och administration 21,6 milj.€
- Avskrivningar 23,3 milj.€
- Försäljning 0,6 milj.€

Innehåll och tjänster 2018, totalt 381,8 miljoner euro



- Riksnyheter och aktualiteter 72,4 milj.€
- Regionala nyheter och aktualiteter 47 milj.€
- Sport 50,7 milj.€
- Fakta 54,3 milj.€
- Kultur och underhållning 82,8 milj.€
- Drama 52,5 milj.€
- Barn och unga 22,2 milj.€

*) Innehållens andelar 2018 är inte helt jämförbara med innehållens andelar 2017 på grund av specificeringar av mätningarna.

fastighetstjänster, service och underhåll samt övriga tjänster.

År 2018 uppgick Yles investeringar i anläggningstillgångar och därtill hörande investeringskostnader till 34,9 miljoner euro, varav investeringarna utgjorde 17,7 miljoner euro (19,8).

Till de största investeringarna hörde renoveringen av Kreativa huset i Böle, projektet Radiostigen för att förnya radioenheterna samt utvecklingen av den regionala nyhetsverksamheten. Dessutom satsade Yle på att utveckla webbtjänsterna.

6.3 KOSTNADER PER INNEHÅLLSSEGMENT

6.3

År 2018 härrörde största delen av kostnaderna från riksomfattande regionala nyheter och aktualiteter samt från inne-

hållet av kultur och underhållning. Sportens andel av kostnaderna ökade till följd av de internationella storevenemangen.

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 experter.

Samarbetet med olika aktörer och inköpen från innehållsproduktionspartners skapar arbetstillfällen för tusentals proffs varje år. År 2018 betalade Yle frilansarvoden till 5 000 personer och till ett belopp av 15 miljoner euro.

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

6.4 6.4 YLES FÖRVALTNING OCH ORGANISATION

Förvaltningsrådet

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

Förvaltningsrådets ska:

- 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
- *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 de båda språkgrupperna.

Styrelsen ska

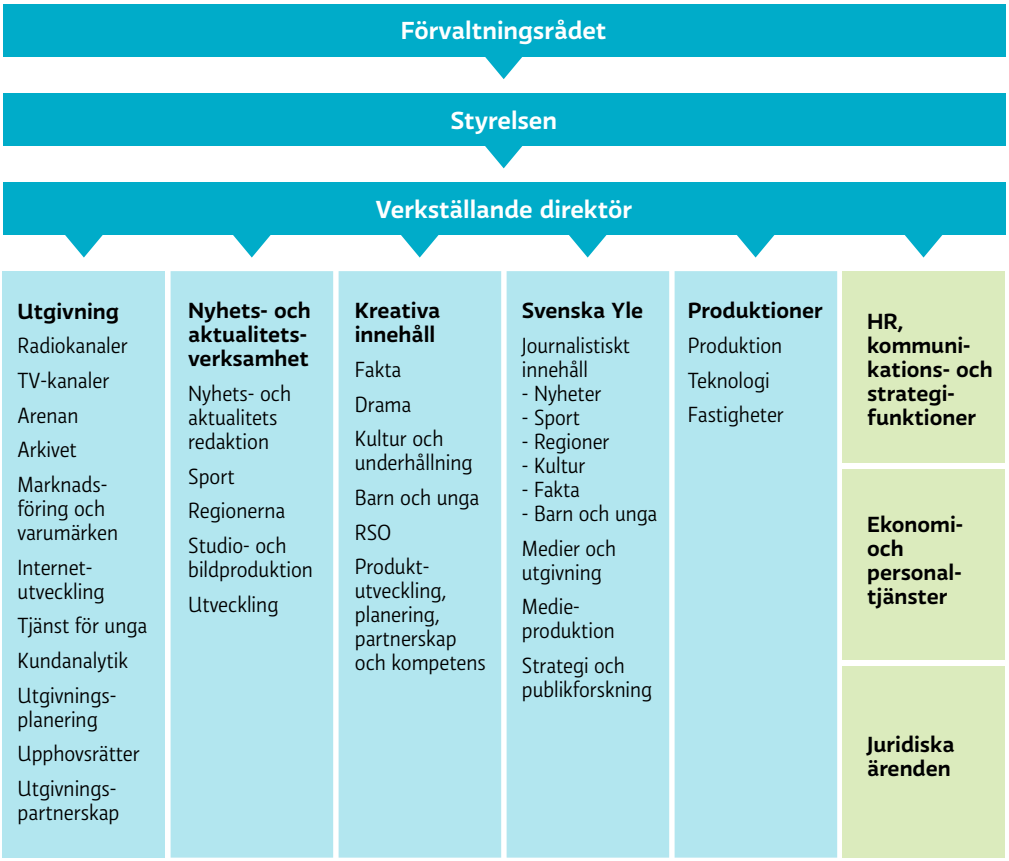
- välja och entlediga bolagets verkställande direktör samt fastställa dennes lön och andra till befattningen anslutna villkor; verkställande direktören får inte vara medlem i förvalt-

ningsrådet 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 Merja Ylä-Anttila. Under verkställande direktören lyder bland annat
- ledningsgruppen som utgörs av direktörerna för enheterna och de gemensamma funktionerna
- investeringsgruppen som svarar för investeringsbesluten.

Yles organisation 2018



Bilagor

FÖRVALTNINGSRÅDETS OCH STYRELSENS BESLUT SAMT MEDLEMMAR 2018

Förvaltningsrådet

13.2.2018
- Uppdatering av arbetsordningarna för förvaltningsrådet och förvaltningsrådets arbetsutskott

3.4.2018
- Förvaltningsrådets berättelse till riksdagen om Rundradions verksamhet 2017
- Bokslut, verksamhetsberättelse och revisionsberättelse 2017
- Förvaltningsrådets utlåtande till den ordinarie bolagsstämman

12.6.2018
- Inga beslutsärenden

10.9.2018
- Förvaltningsrådet fastställde beslutet av riksdagens plenum 15 juni 2018 att befria Mirja Vehkaperä från uppdraget i Yles förvaltningsråd och beslutet av riksdagens plenum 19 juni 2018 att utse Eerikki Viljanen till medlem av Yles förvaltningsråd.

6.11.2018
- Riktlinjer för ekonomi och verksamhet 2019–2020

4.12.2018
- Beslut om Yles principer för valen 2019; Yles valprogram för riksdagsvalet 2019 för kännedom.
- Val av styrelsens ordförande, vice ordförande och medlemmar för 2019 samt fastställande av styrelsearvoden

Styrelsen

18.1.2018
- Firmatecknare 2018
- Intern kontroll och revisionsplan 2018

14.2.2018
- Kriterierna för upphandling för HD-distribution
- Principerna för dataskyddet på Yle
- Principerna för informationssäkerheten på Yle

21.3.2018
- Rapport om förvaltnings- och styrsystemet 2017
- Bolagsstämmokallelse, inklusive ändring av bolagsordningen
- Val av revisorer och framställan till bolagsstämman
- Riktlinjer för anställningsförmåner
- Utfall för chefernas styrkort 2017
- Styrkortsutfall 2017
- Fortsättningsavtal om SuomiLOVE 5 och 6

15.4.2018
- Val av verkställande direktör

26.4.2018

- Investeringar i lokaler på 3–5 vån. i Mediehuset
- Arbetsordningarna för styrelsen och utskotten (uppdatering)
- Rundradion Ab:s berättelse till Kommunikationsverket
- Förhandlingsbefogenheter för anskaffning av rättigheterna till följande VM alpint och på skidor 2023 och 2025 (FIS)
- Bedömning av ledningens prestationer och lönehöjningar

24.5.2019

- Modell för verkställande av upphandling för grundläggande infrastrukturtjänster

13.6.2018

- Förslag att utse Merja Ylä-Anttila till Rundradions representant i valberedningen för Helsingfors Musikhus Ab fram till årsstämman 2019.

20.6.2018

- Efter Lauri Kivinens avgång från pensionsstiftelsen styrelse utses tills vidare ingen ersättande representant för arbetsgivaren i styrelsen.

23.8.2018

- Arbetspensioner på Yle
- Avtal om produktionen av dramaserien *Invisible Heroes*
- Beredning av upphandlingen för HD-distribution.
- Firmatecknare, uppdatering av förteckningen

19.9.2018

- Kallelseordning för ersättare i Yles pensionsstiftelse

22.10.2018

- Riktlinjerna för ekonomin och verksamheten 2019–2020 för beslut i förvaltningsrådet
- Yles riktlinjer för premiering och totalkoncept för resultatpremiering 2019
- Uppdatering av fokusområdena i strategin
- Förhandlingsbefogenheter för sporten för fortsatta avtal om OS och landslagshockey

30.10.2018

- Förhandlingsbefogenheter för sporten för rättigheterna till herr-VM i fotboll 2022

21.11.2018

- Budgeten 2019 och verksamhetsplan
- Yles principer för valen 2019 för beslut i förvaltningsrådet; Yles valprogram för riksdagsvalet 2019 för kännedom.
- Inledande av upphandling för CDN-tjänst
- Överlåtelse av hyresavtalet för fastigheten i Kuopio

11.12.2018

- Ledningens styrkortsmål 2019
- Ordnande av företagshälsovården
- Avtal med Teosto 2019

FÖRVALTNINGSRÅDETS OCH STYRELSENS MEDLEMMAR 2018

Förvaltningsrådet

Kimmo Kivelä, ordförande
Arto Satonen, vice ordförande
Mikko Alatalo
Sirkka-Liisa Anttila
Maarit Feldt-Ranta
Olli Immonen
Ilkka Kantola
Jyrki Kasvi
Jukka Kopra
Hanna Kosonen
Suna Kymäläinen
Eero Lehti
Lea Mäkipää
Mikaela Nylander
Markku Pakkanen
Jaana Pelkonen
Jari Ronkainen
Matti Semi
Maria Tolppanen
Ari Torniainen
Mirja Vehkaperä till 16.6
Eerikki Viljanen från 19.6

Personalrepresentanter:
Hilla Blomberg
Jukka Kuusinen
Timo Säynätkari, suppleant

Styrelsen

Thomas Wilhelmsson, ordförande
Carina Geber-Teir, vice ordförande
Paulina Ahokas
Kai Huotari
Jussi Karinen
Lauri Kontro
Pauliina Mäkelä
Arto Nieminen, personalrepresentant

SAMETINGETS UTLÅTANDE

SÁMEDIGGI
SÄMITIGGE
SÄÄ'MTE'ĞĞ
SAAMELAISKÄRÄJÄT

Sametingets utlåtande om Rundradions förvaltningsråds berättelse till riksdagen för 2018 beträffande program och tjänster på samiska

Rundradion Ab:s begäran om utlåtande 31 januari 2019.

1. YLE SÁPMIS STÄLLNING OCH RESURSER

Yles samiskspråkiga redaktion i Enare verkställer public service-uppdraget på samiska. Sametinget ser i Yle Sápmis ställning ett grundläggande problem genom att Yle Sápmi i Yles organisationsmodell definieras som en av de regionala nyhets- och aktualitetsredaktionerna, på samma sätt som exempelvis Yle Lappland. En regional redaktion har emellertid inte det riksomfattande och övergripande uppdrag som Yle Sápmi sörjer för att betjäna såväl den samiskspråkiga gemenskapen inom och utanför samernas hembygdsområde som den breda allmänheten som intresserar sig för vårt urfolks livsstil och kultur.

Yle Sápmis administrativa ställning har medfört betydande utmaningar för utvecklingen av och tilldelningen av resurser till verksamheten. Administrativt bör Yle Sápmi likställas med Svenska Yle. Detta är en snedvridning också vid en jämförelse med Norge och den samiskspråkiga enhetens placering inom Norsk rikskringkasting, där NRK Sápmi fungerar som en separat enhet direkt under NRK, och inte som en regional redaktion. Med tanke på de ekonomiska resurserna är det väldigt orättvist att Yle Sápmi är inordnad som en regional nyhets- och aktualitetsredaktion, eftersom Yle Sápmi tar fram innehåll på de tre samiska språken och på finska, vilket tydligt framgår av verksamhetsberättelsen. De övriga regionala redaktionerna har inte detta rikstäckande ansvar för innehåll på flera språk, utan de skapar innehåll på ett språk för sitt respektive område. Överlag har Yle Sápmi ett mer omfattande uppdrag än de regionala redaktionerna. Enligt förvaltningsrådets berättelse fortsatte Yle bland annat arbetet med att digitalisera innehåll och att producera radioprogrammet Sohkaršohkka som tilltalar de yngre publiksegmenten. Redan detta är ett tillräckligt bevis på att Yle Sápmi är mer än en nyhets- och aktualitetsredaktion. Ett konkret exempel på resursproblematiken är att Yle Arkivet på samiska tilldelades medel från radioproduktionens budget.

Den samiskspråkiga gemenskapen förväntar sig att Yle Sápmi utvecklas och bättre kan uppfylla det samiska folkets förväntningar på det viktigaste mediet för samerna i Finland. Över hälften av samerna är bosatta utanför samernas hembygdsområde och därför spelar Yle Sápmi en viktig roll utanför hembygdsområdet. Yle Sápmi bör kunna bygga upp personalstyrkan både inom och utanför samernas hembygdsområde.

Sametinget noterar speciellt att förutsättningarna och resurserna för barnens tv-program Unna Junná hölls oförändrade, med andra ord de ökade inte alls. Programmet hade sammanlagt 14,5 programtimmar. Under året sändes sammanlagt 30 program av vilka hälften var nyproducerade. Dessutom delas programtiden på 15 minuter av de tre samiska språken, det vill säga att de får fem minuter var. Sametinget betonar att programtiden är helt otillräcklig, med tanke på de samiska språkens hotade ställning och de pågående revitaliseringsinsatserna som behöver starkt stöd från medierna.

2. NYA PLATTFORMAR

Ny teknik och digitalisering skapar nya möjligheter också för minoritetsspråken. Produktionen av program på samiska bör utvecklas med sin tid, och Rundradion bör erbjuda den möjligheter att ta i bruk tekniska innovationer. Sametinget föreslår att Rundradion ska satsa mer på bland annat samiska och samiskspråkiga tv- och filmproduktioner. Under året genomför Yle Sápmi ett pilotprojekt med den fiktiva videoberättelsen Sámi Sherlock för ungdomar och unga vuxna. Trots att webbplatsen och tv-nyheterna är de viktigaste kanalerna för Yle Sápmi, ser Sametinget gärna att Yle Sápmi får möjlighet att ta fram andra tv-produktioner. År 2015 skrev den dåvarande chefen för Yle Sápmi i ett inlägg om sin dröm om ett aktualitetsprogram på samiska i tv. Tv-debatter om samhällsfrågor hör till vardagen för den finsk- och svenskspråkiga befolkningen, men fortfarande inte för den samisktalande befolkningen i Finland. Antalet samiska filmskapare har ökat och dessutom bidrar Yles samiska redaktions långa erfarenhet av att göra tv-nyheter en god grund för fortsatt utveckling av tv-produktioner på samiska.

Samiska program och filmer bör visas också på andra dagar än samernas nationaldag. Finland har tilldelats flera rekommendationer som yrkar på större allmän medvetenhet om samerna och främjande av tolerans och dialog mellan kulturerna. Rundradion spelar en central roll i detta arbete. I det allt strängare språkklimatet vet den breda allmänheten väldigt litet om minoritetens liv och om samerna överlag. Sametinget ser gärna att Rundradion svarar på denna utmaning och bidrar till kännedomen om och en positiv inställning till samerna genom programutbudet i sina kanaler året om.

Yle bör också medvetet öka medverkan av samiska aktörer och kreatörer i sina tv-produktioner och speciellt i program med samiskt eller nordligt tema. Rundradion kan till exempel etablera ett praktikprogram för utbildning av samiska redaktörer för tv-arbete och reservera medel i sin budget för en samisk produktion varje år. Sametinget uppmuntrar också Rundradion att se över vilka möjligheter de nya tekniska lösningarna erbjuder för utvecklingen av programutbudet på samiska. Exempelvis bör Yle öka utbudet av barnprogram dubbade till samiska samt använda digitala plattformar, som Yle Arenan, som alternativ för tv-sändningar.

3. SAMERNAS MÖJLIGHET ATT PÅVERKA UTBUDET AV PROGRAM PÅ SAMISKA

Under flera år har Sametinget i sina utlåtanden till Rundradion Ab:s förvaltningsråds berättelse till riksdagen yttrat sig om återkommande frågor, som till exempel Yle Sápmis ställning. Enligt Sametinget har det inte skett någon egentlig förbättring och de frågor som Sametinget påtalat har inte tagits upp för diskussion. Sametinget anser därför att möjligheten att lämna ett yttrande endast innebär att Sametinget kan reflektera över det som skett, i stället för att samerna verkligen skulle kunna påverka Rundradions service på samiska och bolagets beslut gällande denna service.

Av denna anledning föreslår Sametinget att Rundradion tar fram en modell eller inrättar ett organ för att samernas åsikter om programmen och tjänsterna på samiska ska tas mer i beaktande. Ett alternativ är ett samiskt programråd för uppföljning och bedömning av Yle Sápmis programutbud. Rådet ska inte ha behörighet att ändra eller förbjuda program, utan det ska främst ge anvisningar och kritik samt fungera som ett rådgivande organ. Programrådets skyldighet och rättighet ska vara att kritiskt granska rådets – och lyssnarnas och tittarnas – åsikter om hur utbudet kan göras bättre. Rådet ska också kunna vidarebefordra ärenden till Rundradion. Medlemmarna i rådet skulle utses av Sametinget. Ett motsvarande system finns i Norge där det har skrivits in i lagen om Rikskringkasting.

Rundradion bör dessutom utveckla metoder för att inhämta data om lyssnares och tittares användning av samiskspråkiga tjänster samt respons som underlag för utveckling av programmen. Detta är i första hand viktigt med tanke på utvecklingen av tjänsterna, samtidigt som lyssnarenkäterna ger långtidsdata om olika utvecklingstrender. Respons bör också inhämtas i mindre skala som stöd för programverksamheten, exempelvis barnprogrammen. Det framgår inte av verksamhetsberättelsen på vilket sätt Yle undersöker och analyserar den samiskspråkiga radio- och tv-verksamheten.

År 2019 är FN:s år för urfolksspråk. Målet är att ge de samiska språken större synlighet och stärka deras ställning. Syftet med urfolksspråkens år är att uppmärksamma att många av dessa språk håller på att dö ut. Sametinget utmanar Rundradion att under året öka det samiskspråkiga utbudet på olika plattformar utanför Yle Sápmi och organisera insatser för att stödja de samiska språken. Samiskhet och de samiska språken ska vara ett naturligt, livskraftigt och synligt element även i Rundradions verksamhet.

Tiina Sanila-Aikio
ordförande

Anne Kirste Aikio
språkskyddssekreterare

(Ordföranden godkände utlåtandet 28.2.2019)

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

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

Layout: Mainostoimisto SST Oy
Tryck: Kopio Niini 4/2019
ISSSN 1795-0775

yle
Mitt. Ditt. Vårt.