



Sveriges Televisions
public service-redovisning
2017



Sveriges Televisions
public service-redovisning
2017

© Sveriges Television AB 2018

Kontakt: SVT Strategi, 105 10 Stockholm

Redaktör: Jocke Norberg

Redaktion: Jimmy Ahlstrand, Ulrika von Celsing, Johan Hartman,
Annaelisa Hedman, Johan Lindén, Tomas Lindhé och Sara Ohlsson

Layout: Anna Markevärn

Omslagsfoto: Full Patte, Paul Edvards/SVT och Vår tid är nu,
Carl-Henrik/SVT

Inlagebilder: tpetersson3/Foap. Övriga bilder SVT.

SVT äger rätt till bilder i dokumentet.

Tryck: Tryckservice i Ängelholm AB, 2018

Innehåll

1. Inledning	5
1.1 VD har ordet	5
1.2 SVT i ett föränderligt medielandskap	6
1.3 Årets redovisning	6
2. Det här vill SVT	8
2.1 Oberoende	8
2.2 Värde	8
2.3 Genomslag	10
3. Detta har SVT bidragit med	11
3.1 Värde	11
3.2 Genomslag	15
4. Kvalitet och utveckling	21
4.1 Uppdragsprocess	21
4.2 Externa produktionsbolag	21
4.3 Publicistisk kontroll	21
4.4 Nya tjänster	23
4.5 Svenska språket	23
4.6 Decentraliserad organisation	23
4.7 Teknisk eller annan utveckling	26
4.8 Beredskap och sändningskvalitet	26
5. Här finns SVT	28
5.1 Kanaler	28
5.2 Mottagningsplattformar	30
5.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet	31
6. Bredden i utbudet	35
6.1 Programkategorier	35
7. Särskilda uppdrag och målgrupper	37
7.1 Jämställdhet, mångfald och spegling	37
7.2 Nyheter och samhällsbevakning	40
7.3 Kulturuppdraget	42
7.4 Barn och unga	44
7.5 Tillgänglighet	47
7.6 Minoritetsspråk	51
7.7 Variation i produktionsformer	54
7.8 Folkbildning	55
7.9 SVT:s samlande roll	57
7.10 Möten och dialoger	58
8. Publik – användarna	61
8.1 Publikrörelsen från broadcast till online	61
8.2 Medieanvändning vid kriser	63
8.3 Värdering av kanaler och tjänster	63
9. Resursanvändning	64
9.1 Intäkter	64
9.2 Kostnader	69
9.3 Produktivitetsökning och verksamhetsutveckling	70
9.4 Sidoverksamhet	73
10. Planer för framtiden	76
Bilaga 1 Sammanfattning	78
Bilaga 2 Bolagsgemensamt index	80
Bilaga 3 Tabeller	81

Inledning

1.1 VD HAR ORDET

Det är spännande och utmanande tider vi lever i. Två stora trender skär genom i stort sett hela det svenska samhället och i synnerhet mediesektorn: digitalisering och internationalisering. Två trender som har gett oss fantastiska tjänster. Men 2017 har också präglats av en växande diskussion om desinformation och påverkanskampanjer, där SVT:s uppdrag att sta för oberoende och kvalitetsmedveten journalistik – inte minst digitalt – är viktigare än någonsin.

Det är också historiska tider för alla som arbetar med tv. Vi befinner oss mitt i skiftet där användandet av SVT online ökar i snabb takt. De allra flesta svenskar tittar på den skärm som passar dem bäst för stunden: tv:n, mobilen eller surfplattan. Men en kraftigt växande grupp, snart 1,5 miljoner svenskar, tittar på SVT enbart online under en vecka och slår då äldrig på traditionell tv.

Samtidigt har vi riktigt starka resultat för våra tv-kanaler. SVT:s andel av tv-marknaden, jämfört med de andra svenska tv-kanalerna, blev under 2017 den största sedan 2006.

Många satsningar har varit framgångsrika inom båda områdena. Ett exempel är dramaserien *Vår tid är nu* som följer familjen Löwander från fredsdagen 1945 och framåt. 1,7 miljoner tittade på sista avsnittet på SVT1, samtidigt som serien hittills sammanlagt har haft 9,8 miljoner starter i SVT Play. En mycket engagerad publik ordnade egna biografvisningar och diskuterade karaktärerna och seriens tidlösa frågeställningar i sociala medier.

2017 var året då Sverige skakades i grunden när terrorlastbilen körde nedför Drottninggatan i Stockholm den 7 april. Från den första push-notisen i mobilen, till direktsändningar och analyser – medierna guidade i informationsflödet, sökte fakta och beskrev sammanhang. I efterhand visade det sig att

SVT var den mediekälla som flest svenskar både vände sig till och litade på (undersökning genomförd av Novus), och Lilla Aktuellt höll en välbesökt chatt där barn och ungdomar fick hjälp och svar på frågor.

2017 var också året då SVT startade debatt med granskningar som *Fallet Kevin* och *Paradisläckan* och testade nytt med *Morgonstudion* och *Sportstudion*. Vi bjöd på värme, skratt och musik i *Melodifestivalen* och *Ebbots ark* och djuplodande samtal i *Idévärlden*. Dramasatsningar som *Bonusfamiljen* och *Innan vi dör* fördjupade bilden av familjerelationer och program som *Bästa mannen*, *Grotesco* och *Bye Bye Sverige* knöt an till årets stora samhällsdebatter om metorörelsen, flykt, invandring och integration.

Under 2017 öppnade vi även vår 34:e redaktion i Övertorneå. De senaste årens satsning på lokal journalistik kommer framöver att synas än mer och de lokala nyheterna citerades uppemot 50 000 gånger av andra medier under året.

SVT:s vision är att bidra till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta. Genom publikundersökningar och diskussioner i sociala medier försöker vi hela tiden förstå vilka frågor som engagerar mest. Under 2017 packade vi också fika-korgar och bjöd tittare över hela landet på kaffe och kanelbullar i utbyte mot råd om hur vi kan bli bättre under parollen *Fika med SVT*.

Ett varmt tack för allt engagemang, för allt förtroende och för alla roliga och skarpa idéer. Tillsammans skapar vi ett mer nyfikt och insatt Sverige.

Hanna Stjärne
Verkställande direktör, Sveriges Television AB

1.2 SVT I ETT FÖRÄNDERLIGT MEDIELANDSKAP

I en tid av internationalisering och digitalisering som påverkar samhället i snart sagt alla avseenden är det viktigt för SVT att försöka förstå och anpassa verksamheten till hur människors och samhällets behov utvecklas. Många behov är bestående och opåverkade av utvecklingen, som grundläggande behov av information och förströelse. Andra behov utvecklas successivt. Människor förväntar sig att kunna uppdatera sig regelbundet när de själva har lust och tid och på en mängd olika sätt: via tv, mobiltelefoner med olika operativsystem, datorer och surfplattor. Därmed ställer också människor i betydligt större utsträckning krav på snabb korrekt uppdatering. Samtidigt har beteenden när det gäller användning av traditionella tv-program, inte minst hos barn, förflyttat sig från tv-apparaten till andra tekniska lösningar. Det blir också allt vanligare att människor börjar se på ett program på en typ av apparat för att sedan fortsätta tittandet på en annan typ av apparat. Denna utveckling innebär nya utmaningar när det gäller såväl utveckling av format, tjänster och teknik.

SVT följer och analyserar publikens beteenden för att kunna tillhandahålla kanaler och tjänster så att så många som möjligt ska hitta till och ta del av dem. Detta gäller inte minst att göra ljudet mer hörbart och att texta program för att göra dem mer lättillgängliga. Samtidigt som teknikutvecklingen medfört att människor nu kan ta del av SVT:s utbud på många olika sätt har den lett till avsevärt större möjligheter för människor att interagera med SVT.

Mediemarknaden omsätter idag, enligt branschinstitutet IRM, mer än 145 miljarder kronor i Sverige. Av det utgör public service ungefär en tjugondel. Mediemarknadens ekonomiska utveckling bedöms vara övergripande positiv så länge högkonjunkturen håller i sig. Men en omfordelning pågår i rask

takt och en allt större del av intäkterna går till bolag med en mindre andel svensk eller ingen svensk produktion alls, det vill säga de amerikanska teknikplattformarna med Google och Facebook som de starkaste aktörerna. Majoriteten av de svenska tv-produktionsbolagen har blivit uppköpta av globala koncerner med följd att programformaten internationaliseras. I relation till det blir SVT:s roll som leverantör av innehåll på svenska, utvecklat för en svensk publik, allt viktigare.

För att bättre förstå och analysera det svenska mediesystemet eller mediemarknaden är det nödvändigt att differentiera de olika medietyperna, antalet medier som opererar på de respektive delmarknaderna, det primära innehåll som erbjuds samt de olika finansieringsformer som förekommer på marknaden. Dagspressen, radio och television verkar under helt olika premisser.

Tv är den medieform som står sig starkast i den nya mediemiljön sett till annons- och publikbortfall. Branschen har präglats av tillväxt och störst tillväxt har rörlig bild via internet. Den förhållandevis mogna, hårt konkurrensutsatta, tv-mediemarknaden utmanas av nya amerikanska så kallade OTT-aktörer som Netflix och HBO som främst erbjuder utländska filmer och serier och som inte investerar i svensk produktion.

1.3 ÅRETS REDOVISNING

Årets redovisning innehåller ett antal förändringar jämfört med 2016 års version. Detta för att tydligare visa hur SVT lever upp till de olika villkor som regleras i sändningstillstånd och anslagsvillkor.

För att särskilja de olika tjänsterna har SVT valt att definiera ett antal begrepp. Med broadcast menas de sändningar som sker i marknätet, via satellit och de simultansändningar av SVT:s fem kanaler som sker över öppet internet. Med online menas övriga tjänster

som sker över internet så som särskilda sändningar och on demand-tjänster, så kallad beställ-tv. De kallas också sändningar och tjänster på internet eller webben.

Alla timmar som redovisas i texter och tabeller gäller broadcast om inte annat tydligt anges.

SVT har valt att beskriva verksamheten för de olika områdena i den löpande texten. För att tydligare redovisa hur SVT uppfyllt villkoren redovisas i bilaga 1 resultatet av alla villkor i sändningstillståndet och anslagsvillkoren. Det sker dels genom en tydlig hänvisning till kapitlet där man kan utläsa resultatet och dels genom att resultatet presenteras direkt i bilagan.

Villkoren kan uppfyllas på många olika sätt. I vissa fall utgörs redovisningen av kvantitativa indikatorer med jämförelser mellan åren. För andra villkor är det själva utbudet eller arbetsrutinerna som bäst beskriver hur SVT agerar för att leva upp till villkoren. Det är också viktigt att skilja på krav som kräver en förändring, en ökning, och krav som enbart ska nå ett tillstånd, exempelvis kravet på decentraliserad organisation.

Upplägg och disposition för årets redovisning är till stora delar samordnad med Sveriges Radio och Utbildningsradion. Det bör dock påpekas att företagen har både skilda uppdrag och tolkningar av uppdraget varför det fortfarande finns olikheter i redovisningarna.

I kapitel 2 och 3 redovisas hur SVT tolkar begreppet effektivitet, det vill säga med vilka värden SVT bidrar till samhälle och individ och med vilken kvalitet samt med vilket genomslag.

Kapitel 4 beskriver hur företaget arbetar med sina kärnprocesser och hur den publicistiska kontrollen utförs. Kapitlet beskriver också organisation och utveckling inom ett antal områden.

Kapitel 5 redovisar det totala utbudet fördelat på kanaler och tjänster på olika



Köttets lustar Foto: Stina Stjernkvist/SVT

plattformar. I kapitel 6 redovisas bredden i utbudet fördelat på programkategorier.

I kapitel 7 redovisas uppföljningen av ett antal särskilda uppdrag för SVT och kapitel 8 beskriver hur publiken numera tar emot SVT:s samlade utbud.

Kapitel 9 redovisar intäkter, kostnader och sidoverksamhet samt hur företaget arbetar med ständiga produktivitetsförbättringar. Slutligen kommer i kapitel 10 en redovisning över de priori-

terade planerna för framtiden.

I bilaga 2 redovisas det sammanvägda indexet gällande minoritetsspråk för samtliga public service-bolag och i bilaga 3 finns ett antal tabeller som kompletterar de grafer som visas i den löpande texten. En del tabeller innehåller också historiska data.

På SVT:s hemsida finns mer siffror som beskriver SVT:s verksamhet:
<https://siffror.svt.se/>.

Det här vill SVT

SVT:s ambitioner utgår från public service-uppdraget som vilar på tre grundpelare: oberoende, värde och genomslag. Oberoendet baserar sig på public service-uppdraget i sig. För värde och genomslag har SVT sex övergripande mål som fastslagits av SVT:s styrelse. Det är med dessa mål vi mäter företagets effektivitet.



2.1 OBEROENDE

Oberoende säkras genom de barriärer som finns för politiskt och kommersiellt inflytande. Barriärerna är institutionella, finansiella och regleringsmässiga. Oberoendet manifesteras också dagligen i SVT:s publicistiska verksamhet.

Institutionen

Institutionen public service är förankrad i det svenska samhället och den representativa demokratin. Den finns till för att säkerställa mediepluralism och att alla medborgare i alla delar av landet ska nås av väsentlig journalistik och ett kvalitativt medieinnehåll. Riksdagens och regeringens beslut om sändnings-tillstånd och anslagsvillkor garanterar institutionen och dess funktion i samhället.

Regleringen

Innehållet i public service-uppdraget regleras i allt väsentligt i SVT:s sändningstillstånd och även här slås oberoendet fast redan i dess första stycke:

Verksamheten ska präglas av oberoende och stark integritet och bedrivs självständigt i förhållande till såväl staten som olika ekonomiska, politiska och andra intressen och maktfärer i samhället.

Sändningstillståndet är giltigt för ett antal år. Detta ger verksamheten en långsiktighet som innebär ett oberoende. Oberoendet är även reglerat genom det direkta innehållet i tillståndet. Till skillnad från kommersiella medier har SVT ett krav på opartiskhet inskrivet i tillståndet.

Finansieringen

Public service finansieras idag vid sidan om statsbudgeten genom en särskild avgift. En viktig aspekt av den särskilda finansieringen är att den är frikopplad från de politiska budgetdiskussionerna. De övergripande besluten om nivåerna av finansieringen av public service tas i särskild ordning i samband med besluten om riktlinjerna för verksamheten.

Den parlamentariska public service-kommittén har under hösten 2017 lämnat förslag till ny finansieringsform för public service. SVT har ställt sig positiv till förslaget men särskilt betonat vikten av oberoendet och lämnat förslag kring hur oberoendet kan stärkas framåt.

Fler förslag av stor betydelse för



Ebbots ark Foto: Janne Danielsson/SVT

SVT:s framtidas oberoende väntas i samband med att kommittén presenterar sin slutrapport i juni 2018.

2.2 VÄRDE

SVT har delat in det värde vi vill tillföra publiken i tre områden: samhällsvärde, individuellt värde och professionell kvalitet. Alla nyckeltal utgår från publikens uppfattning om SVT eftersom det ytterst är publiken som ska bedöma verksamheten. Vår ambition är att det upplevda värdet av SVT ska öka.

Till de huvudsakliga målen finns stödjande indikatorer som hjälper oss analysera hur väl vi lyckas. Dessa är under utveckling och kommer att variera mellan åren. För nyckeltal kring produktivitet, se kapitel 9.

Samhällsvärde

Public service kan bara motivera sin existens om utbudet har en mening. SVT delar in det värde vi tillför samhället i fem områden: demokrati, kultur, kunskap, social sammanhållning och innovation. Dessa utvecklas utförligare i de kommande kapitlen. SVT:s övergripande mål för detta område är att minst 3 av 4 tillfrågade ska anse att vi har ett mycket högt eller ganska högt värde för samhället. Detta är ett högt satt strävansmål.

Individuellt värde

Public service kan inte bara vara bra för någon annan. Alla har rätt att förvänta sig ett utbyte av det vi gör. Utbudet som helhet måste därför upplevas angeläget för mig, underhållande och intressant.

Utbudet ska upplevas som tillgängligt och radio- och tv-avgiften ska upplevas som prisvärd. SVT:s mål för det individuella värdet är att minst 2 av 3 tillfrågade ska anse att SVT har ett mycket eller ganska stort värde för mig. Även detta är ett strävansmål, det vill säga satt högre än SVT:s historiska resultat på frågan.

Professionell kvalitet

Med professionell kvalitet avses yrkesskicklighet. SVT:s utbud skapas av journalister, kreatörer, tekniker samt andra professionella medarbetare och samarbetspartners. SVT ska vara bäst i sitt fack, originalet som andra vill efterlikna. Kreatörerna ska vara modiga, kreativa och de bästa berättarna. SVT ska fortsätta tillhandahålla de tjänster

som får högst betyg av publiken och vinna erkännande av andra yrkesverksamma i Sverige och internationellt. Produktionen ska hålla en hög och jämn kvalitet. Hela produktionskedjan, från idéarbete och insamling till bearbetning och distribution ska präglas av leveranssäkerhet. En hög professionell kvalitet leder till ett högt förtroende hos allmänheten. SVT:s centrala mål för detta område är att minst 4 av 5 tillfrågade ska ha ett högt förtroende för företaget i den årliga SOM-undersökningen. Detta är ett högt satt mål mot bakgrund av den ökande polariseringen i samhället.

2.3 GENOMSLAG

SVT är till för alla. Alla har rätt till en del av SVT. Bara genom ett stort genomslag kan SVT behålla sin ställning som ett demokratiskt verktyg. Att behålla genomslaget under de stora omvälvningarna på mediemarknaden är därför en av de största utmaningarna för företaget.

Kändedom

Kändedom har varit ett område som SVT inte behövt ägna lika mycket uppmärksamhet åt tidigare. SVT:s kanaler var en gång kända av alla. Idag, med det stora utbudet av innehållsleverantörer, har det blivit allt viktigare att arbeta med marknadsföring, sociala medier och andra sätt att diskutera med och göra utbudet bekant för publiken. Detta är inte minst viktigt för att publiken ska kunna bedöma om de får valuta för pengarna.

Ett av målen är därför att SVT:s verksamhet ska vara känd av allmänheten. Målet är att minst 9 av 10 ska känna till SVT:s etablerade tjänster och 4 av 10 tillfrågade ska känna till SVT:s nya tjänster efter ett år. För detta mål har SVT reviderat indikator. Detta mot bakgrund av att SVT sedan målet formulerades valt en strategi som framför allt fokuserar på befintliga huvudtjänster, inklusive tjänster online.



Alva Foto: Ragna Jorming, SVT

Räckvidd

Räckvidd handlar om att nå ut till så många som möjligt, inte hela tiden men åtminstone då och då. Det anses internationellt vara ett av de viktigaste målen för public service. Det är också en av de viktigaste legitimitetsgrunderna för public service som helhet. SVT:s räckviddsutmaningar framöver har flera dimensioner. SVT ska vara till för alla oavsett ålder, geografisk hemvist, bakgrund, kön eller funktionsvariation.

För området gäller målsättningen att minst 9 av 10 tillfrågade fortsatt ska använda utbudet en genomsnittlig vecka. Valet av plattform spelar ingen roll. SVT:s online-tjänster är lika mycket värda som de traditionella tv-kanalerna.

Detta är ett högt satt mål mot bakgrund av den allt mer fragmentiserade medieanvändningen.

Användning

Vad gäller användning så är det rimligt att anta att tittandet i broadcast kommer att fortsätta minska i det paradigmatskifte

som tv-branschen går igenom. Det kommer självklart även gälla SVT och då är det viktigt att SVT lyckas öka värdet av programmen för tittarna. Användningen kan dock inte sjunka alltför kraftigt om SVT:s program ska kunna behålla sitt genomslag i samhället.

Mot bakgrund av detta har SVT slagit fast ett mål som innebär att totalvolymen tittande kan minska, men till en viss gräns. SVT:s mål är att fram till 2020 användas i genomsnitt minst 50 minuter om dagen. Även detta mål är, precis som kändedom och räckvidd, helt plattformsberoende och ambitiöst satt mot bakgrund av den snabba förändringen i medieanvändning.

Målen kommer revideras under 2018 i samband med tvåårsavstämningen av SVT:s strategier. Detta mot bakgrund av bland annat den mycket snabba utvecklingen på tv-området.

3

Detta har SVT bidragit med

I förra kapitlet redovisades vad SVT vill och här redovisas hur SVT lyckats. Det är uppfyllelsen av målen inom värde och genomslag som beskriver SVT:s effektivitet och som ger vägledning om hur företaget bör agera de kommande åren.

3.1 VÄRDE

Samhällsvärde

Måluppfyllelse: SVT:s långsiktiga ambition är att öka samhällsvärdet av programmen och att minst 3 av 4 medborgare ska anse att utbudet har ett stort värde för samhället. Attitydundersöningen för 2017 visar att 68 procent av 16–79-åringarna anser att SVT har ett ganska stort eller mycket stort värde för samhället, vilket är ett bra resultat men inte tillräckligt i förhållande till målen. Under året har möten i form av fokusgrupper genomförts. Det har i dessa samtal visat sig att begreppet värde är svårtolkat. Därför arbetar SVT med kompletterande indikatorer som ställer frågor om uppdraget i mer konkret form (se tabell 3.1). Svaren på de nya mer konkreta frågorna ger ett högre värde. Samma gäller när publiken tillfrågas utifrån nyckelord: Andelen som anser att SVT:s program är informerande är 90 procent, andel som anser att SVT:s program är trovärdiga är 87 procent och så vidare. En analys av detta kommer ingå

i den målrevision som genomförs under året och som beskrivs i nästa års public service-redovisning.

Utvecklingen över tid: Som nämnades i förra redovisningen är sannolikt de höga nivåerna för 2014 att betrakta som ett särfall då det var ett valår och andra undersökningar visar att SVT:s värden och användning är särskilt höga i anslutning till just valen. Mellan 2015 och 2016 var förändringarna mycket små. Mellan 2016 och 2017 minskar resultatet något, också denna minskning ligger inom felmarginen. SVT:s ambition är fortsatt att det upplevda samhällsvärdet ska öka, men det kan konstateras att just dessa år präglats av en omfattande diskussion om och kritik mot medier, bland annat som ett resultat av en ökande polarisering. Detta syns i andra undersökningar, exempelvis SOM-undersöningen, som visar på en minst lika stor attitydmässig utmaning för andra medieföretag. Mot bakgrund av det så får årets resultat ses som förväntat.

Skillnader mellan grupper: Nivåerna

är fortsatt mycket höga och positiva i alla demografiska undergrupper. Skillnaderna mellan olika grupper är för samhällsvärde betydligt mindre än för individuellt värde, publiken är alltså mer enig om SVT:s samhällsvärde än det individuella värdet. Särskilt stort anses SVT:s samhällsvärde vara bland medelålders och äldre samt högutbildade. Yngre, lågutbildade och personer med utomnordiskt modersmål har en relativt sett lägre (om än positiv) värdering av SVT:s samhällsvärde. Skillnaderna återspeglar användningsmönstren.

Exempel på satsningar under året: SVT har under året arbetat vidare utifrån 2016 års antagna strategier som särskilt pekar ut SVT:s informations- och bildningsuppdrag. SVT ska bidra till att alla i Sverige blir mer nyfikna och insatta. Nyhetsverksamheten har utvecklats bland annat genom fortsatt förbättring av SVT:s digitala erbjudande, inte minst vad gäller video. SVT:s morgonprogram har också fått en mer nyhetsinriktad prägel.



Kultur i farozonen Foto: Stina Stjernkvist/SVT

SVT fortsätter med en fokuserad strategi för att lyfta upp angelägna frågor genom ämnesorienterade samhällsprogram som *30 liv i veckan*. SVT:s journalistik belönades bland annat med Stora Journalistpriset för *Fallet Kevin*. Som kulturskapare låg SVT bakom dramaproductioner som *Fröken Frimans krig, Jordskott*. Vår tid är nu, ett nytt epokdrama, visade styrkan i SVT:s dramaproduktion.

SVT sjösatte under året sin organisation för hanteringen av ett ökat ansvarstagande för svensk film, som bland annat innebär ökade avsatta medel för utveckling och produktion av dokumentär-, kort-, barn- och långfilm. Inom kunskapsområdet kan program som prisbelönta *Det sitter i väggarna* och *Fråga Lund* nämnas. Tillgängligheten förbättrades genom syn- och tecken-språkstolkning. De dagliga nyhetssändningarna på lätt svenska som inrättades 2016 fortsatte under året. Dessa sändningar textades även på engelska och arabiska. För att bistå i språkinlärningen för bland annat nyanlända fortsatte SVT

utvecklingen av *Språkplay* som ger möjlighet till språkinlärning genom översatta undertexter till 18 olika språk.

Sällan är dock SVT:s ansvar så tydligt som när samhället skakas om och försätts i kris. Detta blev tydligt den 7 april och de efterföljande dagarna, i samband med terrordådet på Drottninggatan i Stockholm. Ungefär en tredjedel av befolkningen fick kännedom om dådet via etablerade medier online (inklusive push-notiser), en tredjedel via traditionella mediekanaler och en tredjedel via bekanta. De allra flesta, 69 procent av befolkningen, valde att vända sig till SVT:s kanaler och tjänster för att få mer information. Det är mer än till något annat mediebolag (48 procent vände sig till TV4, 38 procent till Aftonbladet och 32 procent till Sveriges Radio). SVT ansågs också av publiken vara det mediebolag som lyckades bäst med rapporteringen, bland annat när det gällde att lämna korrekt och opartisk information.

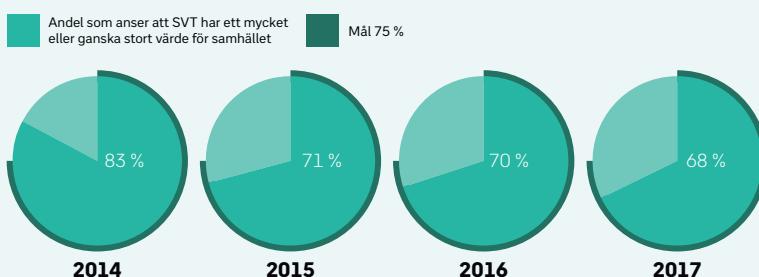
Medial verksamhet utsätts i ökad grad för olika former av påtryckningar,

såväl av enskilda som av statsaktörer. Under året har arbetet med att säkra att SVT fungerar väl i tider av ökade säkerhetshot intensifierats. IT-säkerheten har stärkts och flera nya distributionslösningar finns på plats, både för traditionell tv och online-verksamheten. Den fysiska säkerheten har skärpts. Undersökningar av hur medievanorna ser ut i kris har systematiserats, information som delas med andra medier och myndigheter. Flera utbildningar har genomförts, framför allt för publicistiska medarbetare, kring hur påverkansförsök kan gå till och hur man skyddar data och känsliga uppgifter. Flera övningar har genomförts. Särskilt intensivt är arbetet med att säkra en så professionell och kvalitativ valbevakning som möjligt inför 2018. Långsiktigt handlar det också om att öka tittarens egen källkritiska förmåga. Där satsar SVT bland annat på medie- och informationskunnighet för barn och unga via *Lilla Aktuellt*. I samverkan med andra aktörer utökas även satsningarna på medie- och informationskunnighet genom insatser på skolor runt om i landet. Även vuxna behöver ytterligare information om källkritik och om hur nya medier fungerar.

3.1 Kompletterande frågor om värde

	2015	2016	2017
SVT har bra kvalitet i ljud och bild	91%	91%	91%
Jag har goda möjligheter att ta del av SVT:s kanaler och tjänster	93%	94%	94%
SVT har pålitliga och trovärdiga nyheter	88%	91%	86%
SVT har program som hjälper mig att förstå vad som händer i omvärlden	87%	87%	86%
SVT gör viktiga upptäckter och avslöjanden i sina nyhets- och samhällsprogram	82%	86%	83%
SVT har ett mångsidigt utbud av kulturprogram och svenska tv-serier	79%	80%	80%
SVT har program som ger mig kunskaper och insikter	81%	82%	81%

3.1.1 Värde för samhället



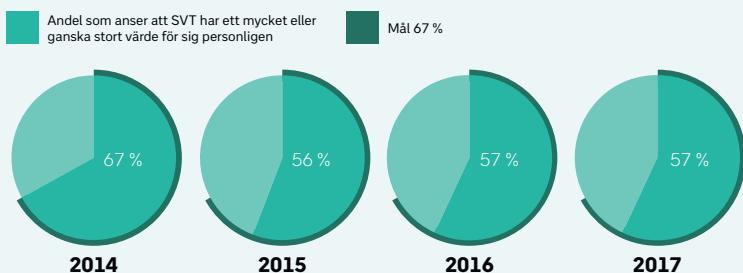
Källa: Norstat Attitydundersökningen 2017

Individuellt värde

Måluppfyllelse: Det ligger i sakens natur att allmänhetens bedömning av den personliga nyttan är lägre än bedömmningen av SVT:s samhällsvärde. SVTs långsiktiga mål för individuellt värde är därför att två av tre personer ska uppleva att SVT:s utbud har ett stort värde för dem personligen. I årets mätning uppger 57 procent att SVT:s utbud har ett stort personligt värde för dem.

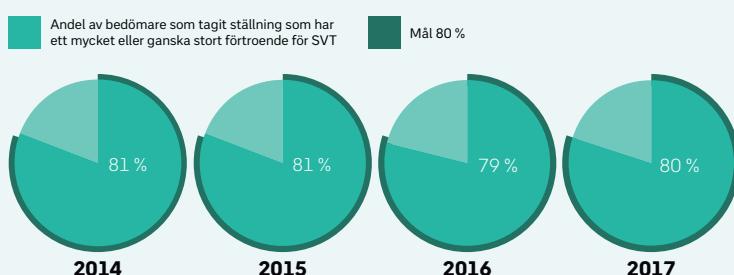
Utvecklingen över tid: Precis som för samhällsvärde konstaterade SVT redan förra året att resultaten 2014 var exceptionellt höga. Även här finns det därför anledning att anta en valeffekt. Mellan 2016 och 2017 är värdena konstanta. Den sammantagna bedömningen av utvecklingen för samhälleligt och indi-

3.1.2 Värde för individen



Källa: Norstat Attitydundersökningen 2017

3.1.3 Professionell kvalitet



Källa: SOM-undersökningen 2017

viduellt värde är att det handlar om mycket små förändringar mellan 2015 och 2017, vilket måste ses som positivt med tanke på den enorma konkurrensen som utbudet utsätts för.

Skillnad mellan olika grupper: Det individuella värdet följer i än högre grad än samhällsvärde användningsmönstren, vilket innebär att äldre generellt sett tillmäter SVT ett högre individuellt värde än yngre. Det finns även tydliga, om än något svagare, samband med utbildningsnivå. Högutbildade tillmäter SVT ett högre individuellt värde än personer med lägre utbildningsnivå. Personer med utomnordiska språk som modersmål tillmäter SVT ett lägre individuellt värde än personer med svenska som modersmål, vilket är naturligt med tanke på att en stor andel av programutbudet är på svenska.

Exempel på satsningar under året:

SVT:s satsningar på tillgänglighet på alla plattformar bedöms ha stor och ökande påverkan på det upplevda individuella värdet. Under året har satsningar gjorts för att särskilt förbättra användarupplevelsen av SVT:s viktigaste onlinetjänster som SVT Nyheter och SVT Play. Exempelvis har en stor mängd nya tv-apparater fått inbyggt stöd för SVT Play då tjänsten numera stödjer HbbTV, en internationell standard som kan användas av operatörer och tv-apparattillverkare. SVT Play stödjer även nya versioner av apparater och gränssnitt som Apple TV och Chromecast.

Publikundersökningar har under året visat att de nya tjänsterna har en stor betydelse för uppfattningen av såväl SVT:s samhällsvärde som individuella värde och inte minst att webbtjänsterna (SVT Play, SVT Nyheter, svt.se och bolibompa.se) tillmäts högre värden än före-

taget får i genomsnitt. Av dem som uppgår ett värde är det 63 procent som anser att SVT:s webbtjänster och appar har ett stort individuellt värde. 82 procent anser att SVT:s webbtjänster och appar fyller en viktig samhällsfunktion. Detta är en särskilt viktig insikt med tanke på variationen i bedömningar av värdet mellan olika grupper. SVT:s onlinetjänster tillmäts ett högt värde av yngre, som generellt sett ger SVT ett lägre individuellt värde än äldre gör.

Det är tydligt att det finns ett stort samband mellan det uppledda individuella och användning. Att upprätthålla både bredd och kvalitet i en mångfald av genrer är därför centralt för att uppfylla uppdraget.

Professionell kvalitet

Måluppfyllelse: Målet för området professionell kvalitet utgår från förtroendet. I den senaste SOM-undersökning uppger 80 procent att de har mycket eller ganska stort förtroende för SVT. Detta innebär att målet är uppfyllt. SVT och Sveriges Radio har en särställning. Mätningarna visar tydligt att public servicebolagen sticker ut i förhållande till kommersiella medier. Detta gäller även public service-bolagens websajter som av publiken anses ha högre trovärdighet än de uppmätta kommersiella medierna.

Utvecklingen över tid: Förändringarna mellan åren är mycket små. Förra årets minskning, som bedömdes bero på en ökad diskussion om nyhetsbevakning, fakta och medier samt polariseringen i samhället, fortsätter inte utan snarare ser man en återhämtning. Andra mätningar visar på en viss polarisering i synen på medier, där den absolut största gruppen har ett fortsatt (kanske till och med något ökande) förtroende för medier, men en mindre grupp under senare år utvecklat ett mer kritiskt förhållningssätt.

Skillnader mellan grupper: SVT har enligt SOM-undersökningen ett högt förtroende i så gott som alla demografis-

ka grupper. I alla undersökningens indelningar efter kön, ålder, utbildningsnivå, boendeort eller inkomst är det tydligt fler som har ett ganska eller mycket stort förtroende för verksamheten än som har ett ganska eller mycket litet förtroende. Andelen som har ett ganska eller mycket litet förtroende för SVT utgör totalt sett endast 7 procent av befolkningen.

Exempel på satsningar under året: SVT har arbetat för att säkra det professionella värdet inte minst genom omfattande interna utbildningar av personalen i bland annat opartiskhet, saklighet och skydd av privatliv. Dessa utökas ytterligare inför valåret 2018. Under året har fler än 1 000 medarbetare genomgått sådana utbildningar i SVT:s regi.

Under året har Kent Asp sammanställt sin mer än 40-åriga forskning om public service och har där tydligt visat att SVT historiskt väl levit upp till kravet på opartiskhet vid valbevakningen.

Ytterligare ett exempel är den omfattande urvalsprocess som varje år resulterar i följande års programutbud. I det sammanhanget finns det anledning att uppmärksamma de priser som SVT erhållit under året. Flera priser tillföll SVT:s journalister och insatser inom nyheter och samhälle. SVT:s Dokument inifrån belönades med Stora Journalistpriset för *Fallet Kevin*. Tom Alandh, SVT:s hyllade dokumentärfilmare, tilldelades Lukas Bonniers Stora Journalistpris för sina många personporträtt i dokumentär form. *Panamadokumenten* nominerades till en Internationell Emmy och *Dold* vann årets bästa samhällsprogram, World Current Affairs vid New York Festivals. FN och *Övergreppen* fick en Special Commendation vid Prix Europa och belönades med Global Investigation of the Year vid British Journalism Awards. Även lokaljournalistiken belönades: SVT Nyheter Öst vann Guldspaden för sin granskning av äldre-vården i nyhetssatsningen och dokumentären *Hem till varje pris*, SVT Nyhe-

ter Väst fick hederspris i den internationella pristävlingen Prix Circom för sin granskning av Blocket. Granskningen genomfördes i dialog med publiken.

Också i andra genrer och inom formatutveckling vann SVT priser. Vid det svenska tv-priset Kristallen vann SVT flera priser, däribland priser för Årets Granskning, *Ensamma mot IS*, Årets fakta- och aktualitetsprogram, *30 liv i veckan* och Årets tv-drama, *Bonusfamiljen*. Inom dramautbudet märker produktionen *Midnattssol* ut sig med ett stort antal internationella priser och nomineringar, (C21 Drama Awards, Festival de Télévision de Monte-Carlo, BANFF Kanada). SVT:s satsningar på utveckling av nya barnprogram fortsätter att uppmärksammars, bland annat genom att barnprogrammet *Vår Restaurang* nominerats till en internationell Emmy.

SVT lever i symbios med kommersiella aktörer på mediemarknaden, däribland produktionsbolagen. De externt producerade programmen har en viktig roll i SVT:s utbud och bidrar till att skapa variation och mångfald. En del i det professionella värdet består därför i en god samverkan med externa aktörer. Det är SVT som är kravställare men samarbetet sker med lyhördhet för produktionsbolagens idéer och behov. Som en del i detta har under året nya samtal förts med produktions-

bolag om SVT:s kontraktsvillkor.

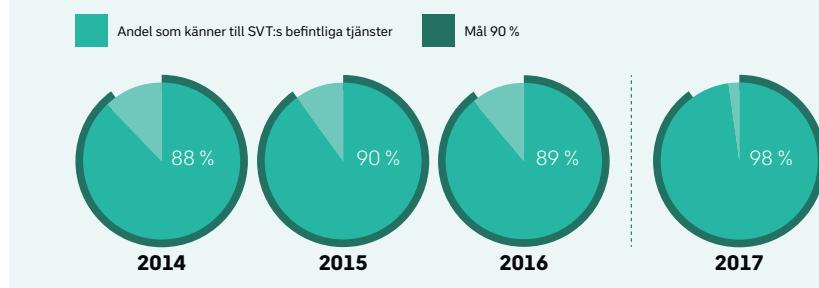
Samverkan sker även med andra aktörer på mediemarknaden, däribland lokala medieföretag. Under året har samtal förts med ett stort antal tidningar runt om i Sverige om hur en ökad samverkan kan ske utan att centrala värden som mediemångfald hotas. Samtalen har bland annat lett till förändringar i SVT:s processer som ska underlätta för lokala medieföretag att komma med programidéer. Samtalen har också lett till bland annat en ökad prioritering av video på SVT:s online-tjänster och striktare regelverk för citering.

3.2 GENOMSLAG

Kännedom

Måluppfyllelse: Kännedomen om SVT:s kanaler och tjänster är generellt god och målen uppfylls. SVT har under året infört ett nytt sätt att mäta resultatet för att kunna inkludera även online-tjänster. Den tidigare metoden medgav endast mätningar av traditionella tv-kanaler. Metoden innebär att kännedomsfrågor inkluderats i SVT:s återkommande plattformsundersökning. Numera mäts huvudtjänsterna SVT1, SVT2 och SVT Play som visar på en genomsnittlig kännerdom/användning på 98 procent hos befolkningen. Övriga kanaler såsom Barnkanalen, Kunskapskanalen, SVT24 och SVT Nyheter har alla en kännerdom/

3.2.1 Kännerdom



Källa: MMS. Från 2017 Norstat attitydundersökning



Vänligen, Lars Lerin Foto: Magnus Liam Karlsson/SVT

användning hos 94–98 procent av befolkningen. Kännedomen är också god för stödjande tjänster som svt.se, 94 procent, och SVT Sport, 88 procent. SVT har valt att lyfta ut barntjänsterna av metodologiska skäl, Barnkanalen.se/Barnplay och Bolibompasajten utgör flera tjänster med egna varumärken som överlappar varandra med innehåll. 86 procent uppger att de använder eller åtminstone känner till Barnkanalen.se och/eller Bolibompa.

Värdena enligt den gamla mätmetoden som byggde på penetrationsdata, det vill säga hur många som svarat att de har kanalerna installerade hemma hos sig, har visserligen gått ner något under året, men det påverkar i grunden inte analysen eftersom man mycket väl kan ha kännedom om en kanal utan att ha den installerad i sitt hushåll.

SVT har inte lanserat några nya tjänster under året.

Utvecklingen över tid: Eftersom mätmetoden ändras så saknas historiska data. Sett till den historiska mätmetoden, kanalpenetration, så har denna sjunkit något under året, cirka 3 procentenheter i snitt för SVT:s kanaler, något som är en logisk följd av minskat traditionellt tv-tittande och minskat tv-innehav.

Skillnaden mellan grupper: Eftersom kännedom/användningen är så hög, exempelvis 99 procent för broadcast-kanalerna SVT1 och SVT2, finns av naturliga skäl endast små skillnader mellan olika grupper. SVT:s kanaler är kända i alla åldersgrupper. I vissa fall är SVT:s online-tjänster inte helt kända i till exempel äldre ålderssegment. Äldre känner av naturliga skäl sämre till

tjänster som riktar sig till barn.

Exempel på satsningar under året: SVT:s etablerade tjänster är väl kända av befolkningen. För de nya tjänsterna har SVT goda möjligheter att öka kännedom genom information i SVT:s traditionella kanaler. Det går att se ett tydligt samband mellan information i broadcast och ökad användning av online-tjänsterna. Utmaningarna är dock större på programtitelnivå och inte oväntat bland de grupper som tittar lite på SVT:s program. Dessa nås inte genom information i tv-kanalerna, utan måste nås via externa plattformar såsom sociala medier. SVT använder sociala medier i första hand som dialogverktyg med publiken samt för marknadsföring av egna program och tjänster. Det finns starka skäl att anta att vissa delar av publiken skulle ha mindre kunskap om SVT:s utbud och SVT:s verk-



Melodifestivalen Foto: Stina Stjernkvist/SVT

samhet på andra plattformar utan information och dialog via sociala medier.

Det material som publiceras för marknadsföring i sociala medier publiceras även på svt.se och/eller SVT Play, vilket innebär att ingen behöver vara närvarande på sociala medier för att ta del av innehåll från SVT. Närvaron utformas för att i så hög grad som möjligt föra användarna tillbaka till de egna, fria tjänsterna.

Cirka 80 procent av besöken till SVT Play och SVT Nyheter online utgörs av direkttrafik medan 20 procent består av inkommende besök från sociala medier och/eller sökplattformar. Därför har strategin varit att fokusera på utveckling av starka egna plattformar kompletterat med marknadsföring på sociala medier riktad mot grupper som är svårare att nå.

Räckvidd

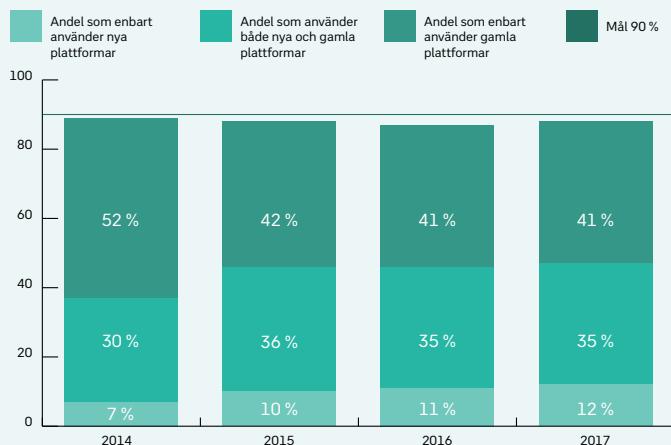
Måluppfyllelse: SVT:s räckvidd för Q4 2017 var 88 procent enligt SVT:s plattformsmätning, vilket är en ökning med en procentenhets från förra året och inom felmarginen från målambitionen. Räckvidden varierar kraftigt mellan olika plattformar och grupper. Fortfarande bidrar det traditionella tv-tittandet med den absolut största delen av användningen, även om räckvidden växt kraftigt för de olika internetbaserade plattformarna. Idag använder drygt 3 av 4 svenska SVT:s tv-kanaler en genomsnittlig vecka medan hälften av befolkningen tar del av SVT:s online-utbud. Mer än en miljon svenskar, 12 procent, tar under en genomsnittlig vecka del av SVT:s utbud enbart via de digitala tjänsterna, främst SVT Play.

Utvecklingen över tid: SVT:s totala

räckvidd ökar en procentenhets från 87 till 88 procent, det vill säga tillbaka till samma nivå som 2015. Utvecklingen skas mot bakgrund av de mycket snabba skiftena i mediebeteenden. Generellt klarar SVT det pågående snabba skiftet mot internetbaserad medieanvändning bra och trots att en mycket stor del av tittningen, särskilt i yngre grupper, flyttat online har SVT lyckats begränsa räckviddstappet. Tillväxten för online-tjänsterna lyckas nästan kompensera för minskningen av räckvidden för traditionell tv.

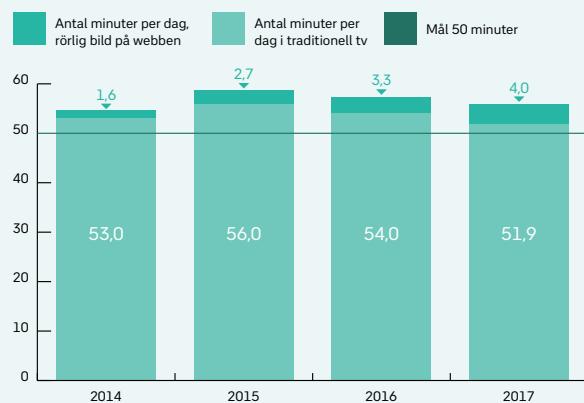
Skillnader mellan olika grupper: I alla åldersgrupper är andelen SVT-användare 70 procent eller högre. Bland svenskar i åldern över 60 år är det 97 procent som uppger att de använder SVT en genomsnittlig vecka. Ett fokuserat arbete behöver bedrivas för att säker-

3.2.2 Räckvidd



Källa: Norstat Plattformsundersökning 2017

3.2.3 Användning i minuter, per dag



Källa: MMS 2017

ställa att SVT även fortsatt har ett utbud som också tilltalar de grupper där räckvidden är lägre än målet, främst de yngre målgrupperna. Bland 16–24-åringar är andelen SVT-användare exempelvis 70 procent. För de yngre grupperna är möjligheten att ta del av utbudet via interaktiva plattformar en självklarhet. SVT når exempelvis cirka 50 procent fler (24 procentenheter) unga vuxna utan barn med hjälp av de nya plattformarna. Särskilt starka och snabba är förändringarna i medieanvändning bland barnen (se även nedan).

Exempel på satsningar under året:
För varje år ökar andelen som endast tar

del av SVT via andra plattformar än broadcast. Under året har flera av tjänsterna online omarbetats och uppdaterats, framför allt SVT Nyheter, SVT Play samt de olika interaktiva tjänsterna riktade till barn. Satsningar har bland annat gjorts för att utveckla SVT:s nyhetserbjudande i mobilen. Medan tv fortsatt är den viktigaste plattformen för nyheter bland äldre så är idag mobilen den viktigaste plattformen för nyheter bland unga. SVT:s nyhetstjänst svarar mot behoven genom att erbjuda en integrerad tjänst med rörlig bild, ljud, data och text. Målet är att tillhandahålla ett nyhetsutbud som snabbt ger hela bilden oavsett

var i landet användaren befinner sig. Mobilens betydelse visas av att den idag är den skärm som bidrar med flest unika videostarter för SVT online.

För det övriga programutbudet är tv:n fortsatt central. Detta gäller inte minst för online-tjänsterna som i allt högre grad används just på en tv-skärm i vardagsrummet. Under året har antalet uppspelade timmar från SVT:s online-tjänster på en tv-skärm ökat med cirka 90 procent.

Bredden i utbudet är helt avgörande för möjligheterna att upprätthålla en hög räckvidd. SVT har därför under året fortsatt att tillämpa en strategi som bygger på att tillhandahålla ett utbud som spänner från det breda till det smala. Det är helheten i programutbudet, från sport och underhållning till dokumentärer och teaterföreställningar, som gör att så stor del av befolkningen regelbundet använder SVT och att SVT:s innehåll i så hög grad blir en gemensam angelägenhet. De höga räckviddstalen är ett resultat av den stora genrebredden.

Användning

Måluppfyllelse: Användning av rörlig bild på olika plattformar går att fånga genom MMS:s mätningar. Resultatet, 56 minuter per person och dag, överträffar målet.

Utvecklingen över tid: Tittandet på SVT i broadcast minskade med 2 minuter per person och dag under 2017 och är nu ungefärligt tillbaka på den nivå som gällde 2014. Därtill kommer användningen av SVT online. Totalt sett utgör tittandet via internet drygt 7 procent eller ganska exakt 4 minuter av tittandet på SVT, vilket är en ökning med 250 procent jämfört med 2014. I enlighet med den bedömning som låg till grund för strategierna så minskar broadcast-tittandet i volym snabbare än online-tittandet ökar. Ökningstakten för online-tittande är dock god och väl i takt med utvecklingen för motsvarande tjänster. Inte minst ökar tittandet på tv-skärmar,

bland annat som en följd av att fler och fler användare skaffar sig utrustning i form av exempelvis smart-tv med HbbTV-funktionalitet, Apple TV eller Chromecast. Som ovan nämnts ökar antalet uppspelade timmar från SVT:s onlinetjänster med cirka 90 procent under 2017. I takt med att on demand-tittandet ökar på stora skärmar ökar också den tittade tiden per tittare. Tittande på små skärmar består oftare av kortare klipp. Tittandet på stora skärmar är längre och består oftare av hela episoder.

Skillnader mellan grupper: Användarmönstren skiljer sig mycket kraftigt mellan olika grupper, i synnerhet mellan yngre och äldre, där yngre har en betydligt större andel av tittandet förlagt online. Detta återspeglar sig även i användningen av SVT. Det genomsnittliga tittandet online utgör endast 7 procent av det totala tittandet. Detta beror i hög grad på att de äldre målgrupperna tittar på mycket stora volymer traditionell tv. I yngre åldersgrupper, där det totala tittandet är lägre, är i flera grupper användningen av SVT online lika stor som användningen av SVT i broadcast. Detta gäller exempelvis åldersgrupperna 16–19 år och 20–44-åringar utan barn.

Exempel på satsningar under året: Bland programmen som generar en stor sammanlagd tittartid finns det anledning att lyfta fram särskilda satsningar som epokdramat *Vår tid är nu*. Programmet generade både ett högt tittande i traditionell tv och online. Tv-dramatik som *Skam*, *Innan vi dör*, *Bonusfamiljen* och *Jordskott* bidrar med en proportionellt sett större del av tittandet online. Med på topplistan över mest tittade titlar online finns även flera barnprogram, till del ett resultat av att omställningen till online-tittande går särskilt fort i den åldersgruppen. I broadcast är det i hög grad återkommande titlar som *Rapport*, *Lokala Nyheter*, *Aktuellt*, *Go'kväll*, *Vinterstudion*, *Skavlan* och *På spåret* som bidrar med en stor del av tittandet.



Det stora fågeläventyret Foto: Baldur Bragason/SVT

Online-tittandets betydelse ökar för varje år. Ett särskilt fokus lades under året på utveckling av tjänsten SVT Play för att öka användningen. Bland annat har arbete bedrivits för att korta tiden från start till uppspelning och automatiska startar av nästa program har införts med positivt mottagande från publiken. Att utveckla tjänsterna online är särskilt viktigt med tanke på den extremt utmanande konkurrensen från amerikanska aktörer. Medan svenska aktörer har cirka 2/3 av tittandet i broadcast, så har de tre amerikanska aktörerna YouTube, Facebook och Netflix cirka två tredjedelar av tittandet online. I det sammanhanget är det viktigt att betona den roll som SVT Play spelar, i egenskap av att vara den klart största svenska innehållstjänsten, för framtiden för innehåll på svenska.

Mot bakgrund av att användarbeteenden skiftar särskilt snabbt bland barnen har SVT haft ett särskilt fokus på att utveckla barnutbudet online. Ett prioriterat projekt har arbetat integrerat med utbudsutveckling, tjänstutveckling, kommunikation och arbetsflödet inom just barnområdet. Resultatet har bland annat blivit att flera program ersatts med nya som har bättre förutsättningar att generera engagemang över tid. När sommaren tidigare ofta innebar ett minskat tittande (till förmån för andra tjänster) så har SVT idag ett jämnare tittande bland barnen över året. Ytterligare en förändring är att ett nytt flöde, *Mixat*, har skapats. Flödet är djupt integrerat med Lilla Aktuellts innehåll och svarar mot barns nya sätt att kommunicera.



Vår tid är nu Foto: Johan Paulin/SVT

4

Kvalitet och utveckling

Inom SVT:s organisation finns ett antal kärnprocesser. Det gäller bland annat hur uppdragsprocessen genomförs, relationen med externa produktionsbolag och hur den publicistiska kontrollen fungerar. I detta avsnitt redovisas även anmälan av nya tjänster, den decentraliserade organisationen och program på svenska språket.

4.1 UPPDRAGSPROCESS

SVT använder en beställar-/utförarmodell i utbudsarbetet som leds av två programdirektörer. De fattar också alla programbeslut med vd som yttersta instans. Till sin hjälp har de fem programbestäljare som ansvarar för planeringen av utbudet.

Utgångspunkten för programbeslut är en utbudsstrategi som fastställs årligen. Alla programförslag, såväl interna som externa, bedöms av företagets programchefer och programbeställare. I detta arbete vägs programförslagen mot utbudsstrategi, målbild, programbudget, publikinsikter och de krav på verksamheten som fastslås i sändningstillstånd, anslagsvillkor och interna policyer och regler. Det stora flertalet av programbesluten fattas under tidig höst året före de sänds. Detta för att skapa goda förutsättningar för planering av produktioerna såväl internt som bland externa produktionsbolag. Därefter fattas konti-

nuerligt nya beslut under hela programåret för att skapa en så stor flexibilitet i utbudet som möjligt.

4.2 EXTERNA PRODUKTIONSBOLAG

Externa producenter kan löpande vända sig till någon av SVT:s programchefer eller beställare för att presentera nya programförslag. Alla SVTs programuppdrag är organiserade hos någon av programcheferna. SVT använder sig av produktionsbolag som finns i hela landet. Sedan 2012 har SVT en särskild sajt för affärsrelationer: svtb2b.se. Där samlas allt material som är till nyttå för produktionsbolag och andra externa intressenter.

För att kontrollera säkerheten och informationsflödet vid externa produktioner har SVT skapat tjänsten *SVT Pitch*. Den möjliggör digital hantering av både interna och externa programför-

slag och fungerar som en samarbetsplattform där det tydligt anges vilka personer i SVT:s organisation som har tillgång till respektive programförslag. Tjänsten samlar all dokumentation kring programförslaget på en och samma plats och skickar också påminnelser om programförslag har blivit liggande utan åtgärd. På detta sätt eftersträvar SVT att vara transparenta, tydliga, pedagogiska och snabba i sin hantering av programförslag. Interna och externa programförslag ska behandlas lika.

4.3 PUBLICISTISK KONTROLL

Alla program som produceras eller köps in blir föremål för en publicistisk bedömning innan de sänds. Förutom yttrandefrihetsgrundlagen grundas SVT:s interna publiceringsregler på sändningstillståndet, radio- och tv-lagen och interna riktlinjer. Publiceringsreglerna omfattar bland annat frågor om demo-



Fallet Kevin (Dokument inifrån) Foto: SVT

kratiska värden, oberoende, opartiskhet och saklighet, reklamförbud, sponsring, indirekt sponsring, otillbörligt gynnande, produktplacering, respekt för privatlivet och förtal.

SVT har antagit en policy som innebär att samma publicistiska principer ska gälla för publiceringar på webben och i sociala medier som i tv-sändningarna. Detta även om verksamheten inte granskas av Granskningsnämnden.

För samtliga sändningar i SVT förordnar vd utgivare. Som regel har programcheferna för allmän-tv och redaktionscheferna för nyheter detta ansvar. Utgivare har enligt yttrandefrihetsgrundlagen befogenhet att utöva tillsyn över offentliggörande av program och att bestämma över dess innehåll så att ingenting får införas i programmen mot utgivarens vilja, den så kallade suveräna negativa bestämmanderätten. Utgivaren är ensam straffrättsligt ansvarig för eventuella yttrandefrihetsbrott i eller

genom sändning av tv-program eller en webbsida.

En avdelning inom företaget, SVT Programetik, har i uppdrag att löpande följa tillämpningen av de centrala innehållsbestämmelserna i sändningstillståndet och radio- och tv-lagen samt att förvalta SVT:s egna publicistiska riktlinjer. Avdelningens arbete bedrivs i form av utbildning, rådgivning om program- och tablåfrågor samt yttranden till Granskningsnämnden.

Utbildning

SVT genomför kontinuerligt interna utbildningar i syfte att öka kunskapen och kompetensen när det gäller den praktiska och publicistiska tillämpningen av regelverken och de egna riktlinjerna. Under 2017 bedrevs en mycket omfattande utbildning med både grundutbildningar för olika redaktioner och yrkesgrupper och mer skräddarsydda kurser för delar av programverksamheten, spe-

ciella projekt, nya medarbetare med flera. Totalt har utbildningarna haft nästan 1 300 deltagare under 2017.

Kontroll av indirekt sponsring

Sedan flera år tillbaka genomförs kontinuerlig utbildning och rådgivning kring regelverket och vad som krävs för att säkra SVT:s oberoende i samband med indirekt sponsring och vilken finansiering som inte är tillåten. Liksom tidigare är genomförs så kallade Grönt kort-utbildningar för externa produktionsbolag som producerar program på uppdrag åt SVT. Genom föreläsningar och diskussioner utifrån konkreta programexempel har produktionsbolagen fått ökad kunskap om de regler och principer som är grundläggande för SVT:s programverksamhet. Under 2017 deltog 25 representanter från 13 olika produktionsbolag i Grönt kort-utbildningen och ytterligare 27 representanter från fyra olika produktionsbolag i andra typer av utbildningar.

Granskningsärenden

Anmälningar mot SVT till Granskningssämnden tillsänds berörda programansvariga som snarast möjligt ska kontrollera de aktuella sakuppgifterna. Om det visar sig att ett program eller inslag innehåller felaktiga, missvisande eller ofullständiga uppgifter görs ett beriktigande i en relevant tv-sändning.

På motsvarande sätt görs en snabb bedömning om någon, även utan en formell anmälan till Granskningssämnden, gör anspråk på att få bemöta ett påstående som framförs i en sändning. Om begäran bedöms vara motiverad sänds ett genmäle på lämplig tid i så nära anknytning till ursprungsinslaget som möjligt. I de fall en skriftlig begäran om genmäle avslås informerar SVT den berörda parten om orsaken till avslaget och om möjligheterna att få saken prövad i Granskningssämnden.

De ärenden som Granskningssämnden väljer ut för särskild granskning skickas till SVT med begäran om yttrande inom en viss föreskriven tid. Vid en fällning görs snarast en så kallad pliktsändning där fällningen redovisas på en plats i tablån och programmet som ligger så nära det ursprungliga inslaget som möjligt. Därefter genomförs ett uppföljande samtal med berörd redaktion/programprojekt. Där diskuteras och analyseras nämndens beslut i syfte att förebygga framtida fällningar, till exempel genom förändringar i arbetsätt och rutiner.

Nämnden samlar de enskilda anmälningarna ämnesvis. Statistiken visar att det var 801 beslutade samlingsärenden under 2017 mot 610 beslutade ärenden under 2016. SVT fick yttra sig i 71 ärenden under 2017 mot 72 året innan. Av dessa ärenden ledde 13 till fällande beslut mot 23 under föregående år.

Grunderna för de 13 fällningarna 2017 fördelades på följande sätt: gynnande 6, opartiskhet 3, genomslag 2, privatliv 1, varning för våld 1.

SVT analyserar årligen i detalj ytt-

randen och fällningar och justerar utbildningsverksamheten och rådgivningen utifrån analysen. SVT kan konstatera att antalet fällningar (13) under 2017 tangerar det lägsta antalet som noterats under de senaste tio åren. Under 2017 fanns ingen fällning gällande saklighet vilket inte hänt under den senaste tioårs-perioden och endast en fällning för intrång i privatlivet, den längsta siffran sedan 2011. Flest fällningar, sex stycken, gäller otillbörligt gynnande. Under 2017 har det gällande utbildningsverksamheten varit ett extra fokus på otillbörligt gynnande samt, inte minst med tanke på valåret 2018, opartiskhet, saklighet och demokratibestämmelsen.

SVT har, vare sig före eller efter regleringen i sändningstillståndet (2014–19), sät program med produktplacering enligt definitionen i radio- och tv-lagen.

SVT har heller inte sät reklam enligt § 17 i sändningstillståndet.

4.4 NYA TJÄNSTER

SVT utvärderar löpande gentemot fastställda kriterier huruvida nya utvecklingsprojekt är av den karaktär som ska genomgå förhandsprövning. Under 2017 har SVT inte lanserat några nya permanenta programtjänster eller tjänster av större betydelse inom ramen för kärnverksamheten eller den kompletterande verksamheten. SVT:s strategi fokuserar på utveckling av de befintliga tjänsterna.

Ingen annan försöksverksamhet har startats under året enligt kriterierna i anslagsvillkoren.

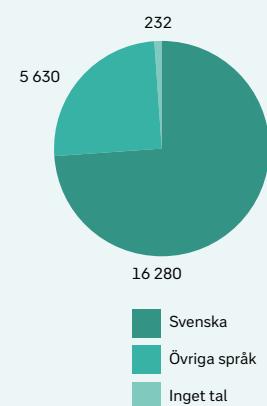
4.5 SVENSKA SPRÅKET

SVT är det programbolag som sänder störst andel program på svenska språket i Sverige. Under 2017 var 74 procent av de 22 142 sända timmarna på svenska.

Sveriges Radio bistår de övriga public service-bolagen i språkvårdsfrågor. På SR finns en särskild avdelning som har till uppgift att vara rådgivande och agenda-

4.5 Svenska, andel och timmar 2017

Totalt: 22 142 timmar



sättande i språkfrågor och som alla medarbetare från de tre bolagen kan vända sig till för att få hjälp och stöd. De anordnar också utbildningar för medarbetare.

4.6 DECENTRALISERAD ORGANISATION

För att skapa goda förutsättningar att speglar hela landet har SVT en organiserad strategi som bygger på fem centrala delar:

- Delegerad beslutsmakt över innehåll
- Fast närväro på 34 orter
- Hög andel anställda i den decentralisera organisationen
- Stor möjlighet till närväro genom flexibilitet i programplaneringen
- Säkerställande av tillräckliga resurser för speglingsuppdraget

Sammantaget bidrar dessa till att villkoret om decentraliserad organisation är uppfyllt. Villkoret är inte utformat som ett strävansmål, utan som ett krav. SVT:s målsättning är därmed att uppfylla kravet.

Delegerad beslutsmakt över innehåll

SVT ska enligt anslagsvillkoren ha en decentraliserad organisation som skapar goda förutsättningar för självstän-

digt beslutsfattande på regional och lokal nivå. SVT har som ett led i detta delegerat det ansvariga utgivarskapet till SVT:s programchefer och regionala redaktionschefer. Utgivarna verkar decentraliserat på SVT:s produktions- och redaktionsorter och fattar självständiga beslut. De enda undantagen görs för SVT:s riksnyheter, SVT Sport och SVTi som har ansvariga utgivare med ansvar för ett flertal redaktioner.

Det är också, utöver vad som faller av det ansvariga utgivarskapet, programchefen respektive redaktionschefen som har ansvar för och största möjlighet att påverka programmens innehåll och utformning. Exempelvis är det den lokala redaktionschefen som avgör nyhetsprioriteringen i de lokala nyhetsändningarna. Det är viktigt att påpeka att verksamheten i Stockholm är en självständig region för såväl allmän-TV-produktionen som den lokala nyhetsverksamheten. På samma sätt som den lokala redaktionschefen för SVT Blekinge fattar beslut för den redaktionen, fattar SVT:s redaktionschef för SVT Stockholm beslut för sin redaktion. Den decentraliserade organisationen i Stockholm ska alltså inte ses som en del av den centrala organisationen. På motsvarande sätt som verksamhet i Stockholm kan vara en del av en decentraliserad organisation, kan centrala funktioner förläggas utanför Stockholm. Exempelvis är SVT:s grafikproduktion huvudsakligen förlagd till Växjö.

Därutöver är SVT:s programuppdragsprocess utformad för att säkerställa att den decentraliserade programorganisationen har inflytande även på övergripande beslut (se nedan).

Fast närvaro på 34 orter

SVT har de senaste åren ökat sin närvaro på olika orter i landet och hade under 2017 fast närvaro på 34 orter. I början av 2017 öppnade SVT ytterligare en redaktion i Övertorneå. Därmed har SVT:s

förmåga att effektivt kunna spegla respektive områdes särprägel och egenart förstärkts i landet som helhet.

Valet av antalet orter innebär alltid en avvägning mellan olika intressen. En närvaro på fler orter kan vid en första påsyn tyckas positiv, men innebär samtidigt en närvaro med mindre personal, och utmaningar att upprätthålla en redaktionell nivå, kvalitet och effektivitet i bevakningen. SVT har bedömt att den nuvarande organisationen rimligt balanserar de olika avvägandena och klart innebär att kraven är uppfyllda.

Hög andel anställda inom den decentraliserade organisationen

Totalt är mer än hälften, 1 340 medarbetare, anställda inom ramen för vad som ovan definierats som den decentraliserade programorganisationen. Inom det som benämns som den centraliserade verksamheten var 488 anställda i företagsövergripande programverksamhet (SVTi, SVT:s riksnyheter och sport). Resterande 664 anställda arbetar inom en lång rad verksamheter som är gemensamma. De kan inte definieras som vare sig centraliserade eller decentraliserade verksamheter och består till exempel av undertext, grafikproduktion för hela landet, arkiv med mera. I den gruppen finns också en stor del av företagets ledningsfunktioner. Att SVT har långt över 1 000 medarbetare anställda i den decentraliserade organisationen visar att SVT har en hög närvaro av personer i hela Sverige med kunskap om och förankring i de olika regionerna. Alla siffror beskriver antal anställda inom samtliga anställningsformer, vilket inkluderar personer med tillfälliga anställningar.

Stor möjlighet till närvaro genom flexibilitet i programplaneringen

Antalet orter och andelen anställda i den decentraliserade organisation är relevanta delar av beskrivningen av SVT:s organisation. SVT:s tolkning av kravet att organisationen ska utformas med

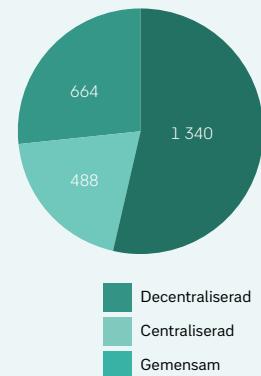
4.6.1 Antal anställda per ort

Samtliga anställningsformer

Ort	Antal
Borås	1
Eskilstuna	11
Falun	51
Gävle	11
Göteborg, inkl. Angered	202
Halmstad	13
Helsingborg	9
Hudiksvall	3
Jönköping	15
Kalmar	3
Karlskrona	13
Karlstad	23
Kiruna	18
Linköping	1
Luleå	24
Malmö	161
Norrköping	35
Skellefteå	5
Stockholm, inkl Rinkeby	1 574
Sundsvall	25
Sälen	1
Söderälje	7
Uddevalla	3
Umeå	149
Uppsala	13
Visby	1
Västerås	14
Växjö	56
Örebro	33
Örnsköldsvik	2
Östersund	14
Övertorneå	1
Summa	2 492

4.6.2 Antal anställda per organisationsform

Samtliga anställningsformer





Korrespondenterna Foto: Salim Alsabbagh/SVT

syfte att möjliggöra hög närvaro av personer ute i landet med kunskap om och förankring i de olika regionerna innebär dock också att organisationen bör utformas så att SVT även kan ta in och använda den kompetens som finns hos mediearbetare och experter runt om i landet även på andra platser än SVT:s 34 orter. För att det ska kunna ske bör det i organisationen finnas ett betydande utrymme för externa medverkande. Detta är särskilt relevant inom områden som dokumentärfilm, där SVT strävar efter att ge utrymme för en mångfald av röster från olika delar av Sverige. Drygt en miljard kronor användes för anlitande av externa medverkande samt till svenska

ka produktionsutläggningar, samproduktioner och förvärv 2017.

Säkerställande av tillräckliga resurser för speglingsuppdraget
Att den decentraliserade delen av SVT:s organisation har tillräckliga resurser säkerställs inte minst genom en hög närvaro av personer ute i landet med kunskap om och förankring i de olika regionerna, vilket beskrivits ovan. Personalfördelningen återspeglar att en betydande ekonomisk resurs läggs på decentraliserad verksamhet och att kravet redan med detta uppfylls.

Det mest relevanta kriteriet för uppfyllelsen är dock om de beslutade pro-

grambudgetarna som står till programchefens förfogande är så pass stora att SVT förmår att uppfylla sitt uppdrag, i synnerhet speglingsuppdraget (se kap 7.1). Om uppdraget utförts kan resurserna per definition inte anses vara otillräckliga. Det åligger SVT:s programledning att kontinuerligt säkerställa att den decentraliserade organisationen har tillräckligt med resurser för att kunna svara mot uppdraget. Detta säkerställs i flera led inom ramen för SVT:s programplaneringsprocess, bland annat ur resurshänseende genom att övergripande beslut remitteras till divisionerna. Uppdragsprocessen avslutas med en så kallad handskakning där SVT:s divisio-

ner, som innefattar den decentraliserade organisationen, och programledning ömsesidigt godkänner uppdraget.

Sett som andel av resursen utgör den lokala verksamheten cirka hälften av kostnaderna inom nyhetsverksamheten vilket medger goda resurser för att effektivt speglar respektive områdes särprägel och egenart. Inom den allmänna tv-produktionen är andelen av budget inte relevant eftersom all programproduktion sker i den decentraliserade organisationen. Verksamheten inom allmän-tv i Stockholm är som ovan nämnts lika decentraliseras som verksamheten i Umeå, Malmö och Göteborg. Kravet på en decentraliseras organisation ska alltså inte förväxlas med kravet på produktion utanför Stockholm enligt anslagsvillkorens krav.

Andelen är därmed inte relevant som nyckeltal. Att överlag försöka sätta den decentraliserade organisationens andel av programbudgeten som nyckeltal för graden av decentralisering skulle leda fel eftersom det inte är en eventuell variation i programmet eller olika tunga sportår som är avgörande för hur speglingen sker, vilket skulle bli resultatet om resurserna mättes på detta sätt.

4.7 TEKNISK ELLER ANNAN UTVECKLING

SVT bedriver kontinuerligt utvecklingsarbete för att förbättra, rationalisera och utveckla produktion, distribution och de tjänster vi erbjuder publiken. Delar av den tekniska utvecklingen beskrivs också i kapitel 9.3.

Under året har en större organisationsförändring skett för att samla företagets tekniska kompetens i en och samma funktion. Förändringen har inneburit att SVT:s produktion- och teknikavdelning och delar av SVTi, som utvecklar digitala tjänster, har slagits ihop till en enhet. En gemensam styrning av teknik, produktionsmetodik och produktionsutveckling syftar till att göra

SVT snabbare, flexiblare och ge en tydligare koppling mellan mål och prioriteringar.

SVT har under året utvecklat en ny push-notislösning som är mycket enklare för redaktörerna att använda. Det har bland annat möjliggjort lokala nyhetspushar eftersom gränssnittet då har kunnat rullas ut till de lokala redaktionerna.

SVT har även investerat i infrastrukturen kring hur nyhetsappar byggs. Det innebär att SVT har kunnat automatisera mycket arbete som tidigare gjordes manuellt. Utvecklarna får också snabbare information om det uppstår fel i apparna, vilket gör att problem kan åtgärdas snabbare. Genom denna investering har utvecklingstakten ökat, antalet fel minimerats och användarna fått en bättre upplevelse.

Under direktsändningar online finns det ofta behov av att kunna klippa ut kortare bitar och lägga upp på exempelvis SVT Play. SVT har utvecklat en egen applikation som gör att redaktörer på ett snabbt sätt kan klippa ut och publicera klipp från befintliga sändningar utan att använda sig av tung redigeringsutrustning. Ingen annan hårdvara krävs och videoredaktörerna kan behålla fokus på själva sändningen och SVT kan snabbare erbjuda publiken smakprover ur produktionen.

De gemensamma API:erna för SVT:s videotjänster, i synnerhet SVT Play, har vidareutvecklats. Det gör att SVT Play ser enhetligt ut på olika plattformar, exempelvis på mobiler med olika operativsystem eller olika skärmar. Det har lett till en förbättrad användarupplevelse, men också effektiviseringar genom att lösningar enbart behöver göras på ett ställe i stället för på respektive plattform.

SVT Play HbbTV app har lanserats hos alla de stora tv-tillverkarnas plattformar under året vilket lett till en mycket hög tillväxt i användningen.

För den yngre publiken lanserades appen Mixat under året. I appen blandas nyheter från Sverige och världen med

diskussioner om olika dilemman, chatt med kändisar och omröstningar.

För att förbättra tillgänglighetstjänsterna har SVT lanserat möjligheten att få uppläst text i parallellsändningar på SVT Play. SVT:s syn- och teckentolkade program har tillgängliggjorts på en särskild sida.

4.8 BEREDSKAP OCH SÄNDNINGSKVALITET

Försöken att hota medieverksamhet, i synnerhet nyhetsförmedling har blivit allt mer sofistikerade. Orkestrerade desinformationskampanjer har blivit ett allt större problem. Hot och trakasserier mot journalister och mediehus ökar för varje år. SVT hanterar dagligen i snitt ett 30-tal säkerhetsincidenter i form av hatmejl, ofredanden, våldshandlingar och olaga hot. En betydande andel bedöms som så allvarliga att de polisanmäls. Nätet är den primära arenan för aktörer som systematiskt arbetar för att störa ut seriös nyhetsförmedling och som vill kringskära vårt öppna samhälle.

Under året har debatten kring frågor som rör säkerhet och medier intensifierats. I mars presenterade Myndigheten för samhällsskydd och beredskap, MSB, en kartläggning av risker och sårbarheter i mediesektorn. I rapporten identifieras en rad risker, exempelvis IT-attacker, fysiska hot mot journalister och strategiska påverkansoperationer. Hoten kommer från såväl individer som organisationer och främmande makt och sker även i fredstid. Detta samtidigt som den journalistiska bevakningen blir allt mer beroende av globala plattformar.

SVT har under året fortsatt den förstärkning av säkerhetsarbetet som inleddes för ett par år sedan. Det har bland annat inneburit att SVT under året ökat IT-säkerheten. Flera nya distributionslösningar har under året tagits i drift, både för traditionell tv och online-verksamheten. Den fysiska säkerheten



Kunskapskanalen Foto: Stina Stjernkvist/SVT

har skärpts. Undersökningarna av hur medievanorna ser ut i kris har systematiserats och delas regelbundet med andra medier och myndigheter. Flera utbildningar har genomförts, bland annat utbildningar särskilt riktade till nyhetsmedarbetare kring hur påverkansförsöken kan gå till och hur man skyddar data och känsliga uppgifter. Övningar har genomförts med SVT:s ledningsgrupper samt styrelse och tekniska reservsystem testats.

Ett betydande arbete har bedrivits för att säkerställa journalistiken inför valet 2018, där ett ökat fokus kommer att ligga på bland annat källkritik. Erfarenheter från försöken att påverka valen i USA, Frankrike, Holland och Tyskland har inhämtats.

Långsiktigt handlar det också om att öka tittarnas egna källkritiska förmåga. Där har SVT en central betydelse, givetvis i skolan via program som Lilla Aktuellt, men också för vuxna. Ett betydande

utrymme har givits i nyhetsbevakningen åt frågor som rör exempelvis hur sociala medier verkar eller hur internationell påverkan på olika val kunnat fastslås.

SVT:s tv-kanaler sänds ut från ett gemensamt kontrollrum (programkontrollen) i Stockholm. Utsändningen styrs till stora delar per automatik utifrån förplanerade körscheman med detaljerade programuppgifter från SVT:s planerings- och mediehanteringssystem. Den höga graden av automation ställer stora krav på en systematisk arbetsprocess med tydliga regler för hur kanalerna planeras och hur programmen levereras och kontrolleras före själva utsändningen.

2017 sände programkontrollen ut totalt 111 266 program i kanalerna SVT1, SVT2, Barnkanalen, Kunskapskanalen och SVT24. Statistiken över antalet sända program inkluderar såväl förstasändningar som repriser, förproducerade program och direktsändningar. Om en

sändning av ett program drabbats av ett fel rapporteras detta i en daglig sändningsrapport. Alla avbrott eller störningar som omöjliggör för publiken att ta del av innehållet och som inte kan åtgärdas inom 60 sekunder betraktas som allvarliga och följs löpande upp.

2017 rapporterade programkontrollen att 66 program drabbats av någon form av allvarlig störning eller avbrott som varade längre än 60 sekunder. Den vanligaste orsaken till avbrott och längre störningar är olika problem vid direkt-sändningar, till exempel överföringsproblem från produktionsplatsen till programkontrollen eller andra tekniska problem vid produktionsplatsen.

Från programkontrollen styrs även utläggning av viktigt meddelande till allmänheten (VMA). Sådan information har enligt sändningsrapporterna lämnats vid 44 tillfällen under 2017.

Här finns SVT

5.1 KANALER

SVT sänder i fyra programtjänster. Detta sker i fem kanaler: SVT1, SVT2, Barnkanalen, SVT24 och Kunskapskanalen som sänds i samarbete med UR. Barnkanalen och SVT24 delar programtjänst.

Totalt sändes 22 142 timmar varav 8 338 timmar var förstasändning. Efter omvälvningen av de regionala nyheterna sänds 21 lokala sändningar. Det medför att det tillkommer 160 timmar lokala sändningar i SVT1 och SVT2 ur ett tittarperspektiv men totalt producerades och sändes hela 3 369 timmar från alla lokala redaktioner. Dessutom sändes 474 timmar rullande text-tv-sidor, så kallad text-tv in vision. Under de senaste åren har sändningstiden minskat vilket förklaras av allt förra sändningar nattetid.

Alla programtjänsterna sänder minst 50 timmar i veckan i genomsnitt samt sänder text-tv.

Under 2015 förnyades avtalet mellan SVT och UR som bland annat reglerar överenskommelser om sändningstid och rutiner och kostnader kring sändningarna. Det avtalet har fortsatt att gälla under 2017.

SVT1 är kanalen med Sveriges största mångfald. Den samlar hela landet med populära program i alla genrer. Det är inte bara Sveriges största kanal utan också den kanal som har den största andelen av samhällsfakta och fiktion riktad till en vuxenpublik. SVT1 är även den kanal av alla svenska kanaler som publiken ger högst betyg i attitydundersökningar.

SVT2 har stor bredd med fokus på fakta, kultur och samhälle. Kanalen sänder SVT Forum på dags tid.

Barnkanalen är den enda reklamfria kanalen för barn i olika åldrar med en omfattande svensk originalproduktion. Barnkanalen sänder mellan klockan 05.00 och 21.00. I kanalen erbjuds barnen nya möjligheter att se programmen på olika tider. Därav de många reprise-ringarna under dags tid. Här ges också möjlighet att återutsända program som tidigare barngenerationer uppskattat. De utländska programmen bearbetas för att passa barnen, främst genom dubbning och textning.

Kunskapskanalen samlar kunskapsutbudet från SVT och UR i en enhetlig och tydlig miljö. En gemensam ta-

blåläggning av programmen sker mellan bolagen.

SVT24, som delar plats med Barnkanalen, återutsänder allmän-tv-program, främst svenska produktioner från SVT1 och SVT2. Under året har också kanalen använts till både parallel- och efterhandssändningar för syn- och tecken-språkstolkning. Kanalen erbjuder publiken möjlighet att se det svenska utbudet vid flera tillfällen.

SVT1 HD och SVT2 HD är SVT:s två hd-kanaler, som används av mer än en miljon hushåll i Sverige. Eftersom kanalerna utgörs av parallelsändningar särskiljs de inte i denna rapports sändningsstatistik och de räknas alltså inte dubbelt i någon sändningsstatistik.

SVT World var SVT:s kanal för svenska talande i Finland och för svenskar i utlandet. Sändningarna inleddes efter en överenskommelse mellan den finska och den svenska staten om ett ömsesidigt utbyte av tv-program. Den svenska delen av utbytet finansierades genom ett särskilt anslag i statsbudgeten. Övrig verksamhet inom SVT World finansieras genom abonnemangsavgifter och räknas som sidoverksamhet. SVT World sände

dygnet runt, huvudsakligen svenskproducerade program från SVT:s samtliga kanaler. UR svarade för 88 timmar av det utbudet.

Under 2017 fattades beslut om att lägga ner SVT World varvid kanalen upphörde med sina sändningar den 30 april. Det berodde på att YLE beslutade att ändra sin kanalstruktur vilket medförde att det inte fanns någon plats för sändningarna till Finland. Att sändningarna riktade till utlandet lades ner berodde också på att antalet abonnenter för den abonnemangsfinansierade delen minskat kraftigt de senaste åren. Skälen till det är bland annat piratverksamhet och ökad användning av SVT Play som så långt det är möjligt utan tillkommande rättighetskostnader tillhandahålls utomlands. Utvecklingen medförde att intäkterna inte längre täckte kanalens kostnader vilket SVT:s anslagsvillkor kräver.

Tjänster på internet

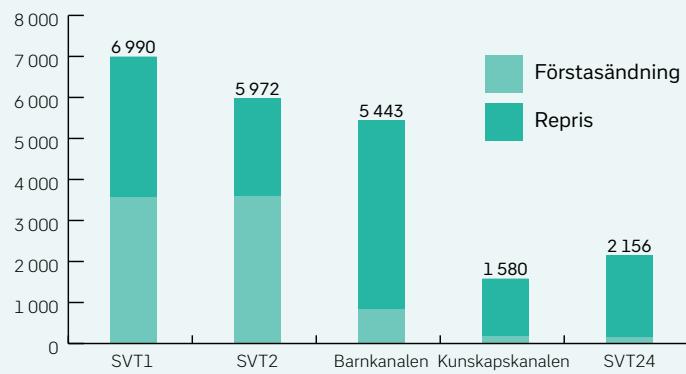
SVT ställer samma krav på webbutbudet som på det tv-utsända utbudet beträffande exempelvis opartiskhet och saklighet, variation och mångfald, hög kvalitet och nyskapande form.

Sedan 2014 redovisas hur många timmar som sänts över internet och hur många tillgängliga timmar som fanns per den 31 december. I begreppet sända timmar ingår inte simulcast-sändningarna (parallelsändningar av ordinarie kanaler över internet av alla SVT:s kanaler) utan de timmar som sänts i övrigt på webben. Med tillgängliggjorda timmar menas de timmar som finns on demand, som startar på förfrågan från tittaren.

SVT Play

Huvuddelen av innehållet i SVT Play består av program som också sänds i broadcast. Därutöver finns också ett antal webbunika program och livesändningar. De flesta egenproducerade och svenska program publiceras ofta innan utsändningen i tv och är tillgängliga un-

5.1.1 Sändningstid per kanal 2017, timmar



Se bilaga 3 för fler år

der 30 dagar från sändningen av den sista episoden. Tillgängligheten i tid när det gäller inköpta program ökar och börjar i en del fall närra sig de egenproducerade programmens. Programmen speglar genrebredden som sänds i broadcast.

Samtliga SVT:s kanaler live-streamas i SVT Play parallellt med de ordinarie sändningarna. Under året lanserades möjligheten att få texten i parallelsändningarna uppläst. Generellt ökade andelen program med valbar text och en samlingspagina för allt innehåll som är syn- och teckenspråkstolkat lanserades. Innehållet i SVT Play skall vara lätt att spela upp på stora skärmar, vilket också är en viktig kvalitetsmässig tillgänglighetsaspekt.

För att underlätta användandet av SVT Play på stora skärmar så lanserades en version för uppkopplade tv-apparater och set-top-boxar som stödjer en standard som kallas HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV). Via en knapptryckning på fjärrkontrollen kommer man då åt SVT Play som är förinstallerat i tv:n eller boxen.

Utöver parallelsändningarna sändes webbunikt material. Det är framför allt extrasändningar från stora nyhetshändelser och från sportevenemang där SVT äger rättigheter som inte ryms eller passar broadcast-sändningarna. Andra

exempel på sändningar är för- och efter-snack för program inom underhållning, nyheter och sport.

För att begränsa tillgängligheten till innehåll som är olämpligt för barn har barnskyddet förstärkts.

Öppet arkiv

Tjänsten erbjuder publiken en möjlighet att återse äldre program från SVT:s stora arkiv. Programmen som publiceras representerar hela SVT:s utbud från starten i slutet av 50-talet fram till den 30 juni 2005, det datum som sätter ramen i lag och avtal. Redaktionen lägger ner stort arbete på att publicera brett, från alla epoker och i alla genrer. Redaktionen arbetar också med en ambition att koppla publiceringar till aktuella händelser och årstider. Öppet arkiv omfattar cirka 2 500 timmar.

Under 2017 har SVT ingått nytt avtal med rättighetsorganisationerna som medgav en större volym av basutbud som tillgängliggörs i Öppet arkiv, men som också möjliggör för SVT att visa delar av utbudet inom SVT Play. Syftet är att göra utbudet mer relevant, lätt att hitta och därmed öka tittningen på innehållet. Cirka 100 titlar så som *Rederiet*, *Den goda viljan*, *Hemsöborna* och *Skärgårdsdoktorn* har publicerats i SVT Play.

5.1.2 Utbudet på internet, timmar

	2014	2015	2016	2017
Antal sända timmar	2 239	1 871	2 180	1 948

Antal tillgängliga timmar per den 31 december

	2014	2015	2016	2017
Program	3 535	6 250 5	5 962	5 753
Klipp	3 435	000	3 790	2 185
Öppet Arkiv	3 890	5 322	1 896	2 502
Summa	10 860	16 572	11 648	11 440

svt.se med undertjänster

svt.se har haft ett basutbud av nyheter, sport och barnutbud och dessutom ett antal spetsatsningar kopplade till programtitlar eller ämnesområden. På svt.se finns service på minoritetsspråken finska, meänkieli och samiska med program, nyheter och information.

I slutet på året byttes förstasidan på svt.se ut och återgick till att vara en sida med nyhetsfokus. Detta genom att SVT Nyheter lyftes fram tydligare. På SVT Nyheter finns utrymme för fler nyheter, även mer fördjupning, än vad som rymts i sändningarna i broadcast. Man kan också nå det materialet genom att ladda ner en särskild app. Även sporten har en samlad sajt med extramaterial och resultatsidor som också kan nås via en särskild sportapp.

För de allra yngsta finns Bolibompa.se och för de lite äldre finns Barnkanalen.se som är utformade för att förenkla navigationen, särskilt för de ännu inte läskunniga barnen. De har egna platser, avgränsade från övrigt utbud för att minska risken att barn ser program med olämpligt innehåll. Både Bolibompa och Barnkanalen finns som appar. Under året släpptes även appen Mixat som innehåller nyheter från Sverige och världen, omröstningar, chattar med aktuella personer, omröstningar med mera.

SVT i sociala medier

SVT:s närvaro i sociala medier syftar till publikdialog och marknadsföring. Publik dialogen är central. Den bidrar till en utveckling av SVT:s tjänster och program och utgör grund för en stor andel nyhetstips. Som exempel där SVT fått många tips från allmänheten via sociala medier kan nämnas Sportens reportageserie om föräldrahets och SVT Nyheters rapporteringar om vardagsbrott. En stor del av dialogen med de unga sker via sociala medier inom exempelvis Projekt Z.

Marknadsföringen fyller en viktig funktion för att få tittare att intressera sig för SVT:s program och tjänster. I dagsläget utgörs cirka 80 procent av besöken till SVT Play och SVT Nyheter av direkttrafik, medan cirka 20 procent kommer från sök och sociala medier. Det visar att SVT:s plattformar har en stark egen ställning, samtidigt som strategin med marknadsföring fungerar. Ett stort antal tittare/användare tar sig till SVT via plattformar som Google, YouTube, Twitter, Instagram och Facebook.

SVT har en decentraliserad modell för att hantera sociala medier. Flera redaktioner har egna kanaler i sociala medier, bland annat Sporten, SVT Nyheter och de programredaktioner som sänder större delar av året. En samlad policy finns fastslagen som reglerar exempelvis

att SVT:s publiceringar ska följa samma regler om bland annat opartiskhet och saklighet som tillämpas i den ordinarie publicistiska verksamheten samt hur moderering av kommentarer ska ske.

Vid sidan om SVT:s egen aktivitet förekommer en betydande spridning av SVT:s artiklar och klipp i sociala medier. Material från svt.se och SVT Play har drygt 18 miljoner spridningar via sociala medier under ett år.

5.2 MOTTAGNINGSPLATTFORMAR

Utgångspunkten för SVT:s distribution är att det samlade utbudet ska vara så tillgängligt som möjligt. SVT:s ambition är därför att tillhandahålla utbudet på de distributionsplattformar den svenska publiken väljer att använda.

Alla SVT-kanaler sänds okrypterat via det digitala marknätet, som täcker 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen i landet. Kanalerna är även tillgängliga via kabel-tv, satellit, IPTV genom fiber samt det öppna internet. Vid utgången av 2017 fick uppskattningsvis en knapp femtedel (18 %) av befolkningen sin tv-signal enbart via marknätet. Kabel-tv användes av hälften av befolkningen. Drygt en tiondel (12 %) av befolkningen tog emot sin tv-signal via satellit och en femtedel av befolkningen fick sin tv via bredbandsnät, så kallad IPTV. Trenden är att marknätet minskar och att fiber ökar kraftigt. Även satellit och kabel minskar något.

Grunden för SVT:s online-tjänster är öppna tjänster på internet på SVT:s egna webbplatser och i SVT:s egna applikationer, fritt tillgängliga och anpassade för de huvudsakliga skärmarna för tv-program. Utöver dessa online-tjänster deltar SVT i tjänster utanför det öppna internet via distributörers och operatörs egna plattformar.

SVTs programutbud finns inte, med några få undantag, tillgängligt på sociala medieplattformar, utan SVT prioriterar



Sveriges fetaste hundar Foto: Magnus Liam Karlsson/SVT

utvecklingen av de egna tjänsterna. SVT:s närväro i sociala medier syftar till marknadsföring och publikdialog.

5.3 KÄRNVERKSAMHET OCH KOMPLETTERANDE VERKSAMHET

Sveriges Televisions kärnverksamhet är att producera och sända tv-program till allmänheten. Därutöver har SVT rätt att bedriva kompletterande verksamhet som syftar till att utveckla och stödja kärnverksamheten och förbättra möjligheterna för allmänheten att tillgodogöra sig denna.

Den kompletterande verksamheten ska utgå från och ha en tydlig koppling till kärnverksamheten. Medieutvecklingen har medfört en utveckling av begreppet kärnverksamhet jämfört med när det infördes år 2002 i anslagsvillko-

ren. Detta återspeglas i flera utredningar och propositioner. SVT:s kärnverksamhet inkluderar därmed:

- Sändning av hela kanaler på webben, antingen simultant med sändning i marknät eller i webbexklusiva kanaler.
- Play-tjänster eller liknande där tidigare sända program finns tillgängliga för on demand-konsumtion.
- Exklusiva program som ligger tillgängliga on demand.
- Direktsändning över internet av enskilda evenemang.

Verksamhet som har en koppling till och stödjer programmen är dock inte att betrakta som kompletterande verksamhet. All verksamhet som inte är kärnverksamhet enligt definitionen och heller inte sidoverksamhet är kompletterande verksamhet.

I anslagsvillkor 10 står det beskrivet att SVT ska upprätthålla en god balans i omfattningen mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet. I det följande redogörs för hur SVT förhåller sig till verksamheten ur ett balansperspektiv mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet.

En utgångspunkt är att samma verksamhet i många situationer kan utgöra både kärn- och kompletterande verksamhet, beroende på hur det används. Om *Uppdrag granskning* publicerar bortredigerat material på webben är detta att betrakta som kompletterande verksamhet. Men samma inspelade och bortredigade material är att betrakta som kärnverksamhet om det inte publiceras på webben. Kostnaden eller resurserna påverkas marginellt av hur det bortklippta materialet utnyttjas vilket också medför att det inte går att fördela vare sig kostna-

der eller resurser för den kompletterande verksamheten.

En rimlig utgångspunkt är mot bakgrund av ovanstående att beskriva och särskilja den kompletterande verksamheten utifrån hur den möter publiken och sortera den utifrån de huvudsakliga publiceringsytorna. SVT:s kompletterande material på internet samlas på svt.se. Att redogöra för varje enskild undersida bär för långt, på samma sätt som det skulle bära för långt att redogöra för varje enskild sida som publiceras i text-tv under ett år, eller om varje inslag eller bildruta inom ramen för ett program skulle motiveras i public service-redovisningen. På samma sätt som för text-tv-sidorna kan en internetsida uppdateras flera gånger per dag. Som helhet syftar samtliga verksamheter inom ramen för svt.se till att utveckla och stödja kärnverksamheten.

Svt.se har nära kopplingar till den kompletterande verksamhet som bedrivs inom ramen för publiceringsytan SVT Text. Innehållet i SVT Text har beskrivits ovan.

En tredje grupp utgörs av SVT:s tillgänglighetstjänster, som självklart har som uppgift att underlätta för allmänheten att ta del av kärnverksamheten.

En fjärde publiceringsyta utgörs av sociala medier. SVT har två syften med sin närväro i sociala medier. För det första att marknadsföra, informera och i och med detta tillgängliggöra SVT:s innehåll gentemot målgrupper som är svåra att nå via de traditionella broadcast-kanalerna. Det andra syftet är att föra dialog med publiken och därigenom utveckla programverksamheten.

Slutligen finns en mycket liten verksamhet på andra plattformar, som också tjänar till att förstärka programupplevelsen eller marknadsföra programmen. Det handlar företrädesvis om produkter som SVT:s Julkalender och Allsångshäftet.

Med Granskningens nämndens tidigare tolkning av begreppet kärnverksamhet är även rörlig bild tillhandahållen över internet att beteckna som kompletterande

verksamhet. Utifrån denna definition är SVT Play att beteckna som kompletterande tjänst. SVT menar att det torde vara uppenbart att SVT Play och tillgängliggörande av program och inslag syftar till att öka tillgängligheten för allmänheten till kärnverksamheten. SVT Play innehåller även program som ännu inte sänds i broadcast, men kommer att sändas där. Denna sändningsstruktur syftar till att väcka intresse för programmen. Det unika material i form av rörlig bild som tillgängliggörs via svt.se och SVT Play utgörs huvudsakligen av utökade sändningar från händelser för vilka utrymme saknas inom ramen för traditionell broadcast, samt i ett fåtal fall program som är särskilt utformade för en online-kontext och som bidrar till att utveckla i synnerhet utförandet av SVT:s kulturuppdrag.

All kompletterande verksamhet är direkt kopplad till en programtitel så som det ovan nämnda allsångshäftet till *Allsång på Skansen*. Även programsidor på webben är kopplade till program, exempelvis de skrivna nyheterna på SVT Nyheter eller ett antal spel på Bolibompa-sajten.

Balans

SVT skiljer i planeringen av verksamheten mellan mål som sätts upp, som verksamheten ska sträva mot, och krav som utgör planeringsförutsättningar för verksamheter och som alltid ska vara uppfyllda. Att det ska råda balans mellan kärn- och kompletterande verksamhet är ett krav, inte ett mål och det är en förutsättning för resonemangen i det följande. Verksamheten ska därmed hålla sig inom en ram, det vill säga att det inte ska råda obalans, och inte uppnå ett exakt siffravärde.

Kravet på balans innebär inte ett krav att särredovisa kostnaderna mellan kärn- och kompletterande verksamhet. Någon sådan skyldighet föreligger inte i SVT:s anslagsvillkor, till skillnad från kravet på att särskilja sidoverksamheten. En sådan separation låter sig inte heller göras, vilket

framgår av exemplet med det inspelade materialet från *Uppdrag granskning* enligt ovan.

Balans råder om en verksamhet inte tillåts bli alltför dominerande enligt SVT:s mening. Kravet på balans ska ses mot de resonemang som förts inför att kravet infördes och som till stor del handlar om att upprätthålla förtroendet för verksamheten. I relation till detta kan obalans uppstå på flera sätt.

Obalans i relation till frågan om publikens tillgång

Av propositioner och utredningar i samband med att begreppen infördes framgår att den huvudsakliga reservationen som kopplas till balans eller tillväxt av den kompletterande verksamheten handlat om frågan om hur alla medborgare har haft tillgång till den kompletterande verksamheten. Oron var att om avgiftsmedel i växande grad går till tjänster som inte alla har tillgång till skulle förtroendet för public service-verksamheten sjunka.

I samband med att kravet infördes hade cirka en fjärdedel av hushållen teoretisk täckning av bredband (PTS bredbandskartläggning 2003). Cirka två tredjedelar av hushållen hade tillgång till internet i hemmet. Utvecklingen har sedan kravet infördes gått fort. Idag är det fler som har både teoretisk och faktisk tillgång till SVT:s kompletterande tjänster än till kärnverksamheten, då dessa i allt väsentligt tillhandahålls över internet som har både en högre teknisk tillgänglighet och en högre faktisk tillgänglighet. Idag är det endast ett drygt 100-tal hushåll som inte har teknisk tillgång till bredband, vilket kan jämföras med 10 000-tals för marknätet. I flera åldersgrupper är det dessutom fler som har faktisk tillgång till videotjänster över internet än som har tillgång till traditionell tv. I de senaste mätningarna är det idag mindre än 90 procent av hushållen som har tillgång till en traditionell tv-apparat.

Eftersom SVT lägger i princip all av-

giftsfinansierad verksamhet på det öppna internet så finns i dagsläget inget balansproblem ur detta hänseende. Om något så är balansproblemet på väg att bli det bakvända: Användningen av traditionell tv sjunker, medan användningen online ökar. Om SVT inte satsar på en kompletterande verksamhet riskerar det att urholka förtroendet för public service hos den breda allmänheten.

Obalans i relation till kärnverksamhetens kvalitet

Obalans kan även uppstå om den kompletterande verksamheten blir så omfattande att den förfelar sitt syfte, det vill säga att utveckla och stödja verksamheten. En situation utan balans skulle exempelvis innebära att verksamheterna ges en så stor omfattning att den inskränker och sänker kvaliteten i kärnverksamheten.

Per definition är det omöjligt att tolka detta i ekonomiska termer. Den kompletterande verksamheten i den mån den finansieras av tv-avgiftsmedlen måste inskränka på kärnverksamheten eftersom medlen aldrig kan uppgå till mer än 100 procent. Det kan därför omöjligen ha varit uppdragsgivarens avsikt att kravet ska tolkas som att den kompletterande verksamheten inte får inskränka på kärnverksamheten. Det relevanta måttet är därmed publikens upplevelse av kärnverksamhetens kvalitet. Avgörande är alltså att SVT:s kärnverksamhet inte uppfattas ha en låg och sjunkande kvalitet på grund av att ökande resurser tillförs kompletterande verksamhet. Utvecklingen visar att bedömningen av SVT:s kanaler som kvalitetsledande håller i sig. Någon obalans råder alltså inte heller ur detta innehållslinga perspektiv.

Obalans i relation till publikens förtroende

Syftet med villkoret är i hög grad att bevara förtroendet för radio och tv i allmänhetens tjänst. Om det fanns ett kraftigt negativt publiskt uttryck i sam-

band med SVT:s kompletterande verksamhet, skulle detta kunna utgöra en risk för förtroendet. Enligt SVT:s mätningar anser en klar majoritet att det är rimligt att en ökande del av tv-avgiften går till att finansiera tjänster över internet. Om SVT befann sig utanför det spann inom vilket balans råder, borde en tydlig majoritet av publiken anse att en mindre del av tv-avgiften bör gå till att utveckla dessa tjänster. Observera att frågeställningen är gjord utifrån Granskningens nämdens snävare, hårdare definition av kärnverksamhet.



Full patte Foto: Paul Edvards/SVT

6

Bredden i utbudet

SVT ska erbjuda ett mångsidigt programutbud som omfattar allt från det breda anslaget till mer särpräglade programtyper. Vissa program ska samla en stor och bred publik medan andra program vänder sig till specifika och specialintresserade målgrupper.

SVT har inte som mål att publikmaximera utan att säkerställa att det finns ett utbud där alla har möjlighet att ta del av program som både är av allmänt intresse och som vänder sig direkt till den enskilde tittaren. SVT ska också arbeta för att utbudet kan tas emot på de plattformar där publiken finns. Det innebär att programmen ska tillgängliggöras i broadcast men också finnas tillgängliga över internet via datorer, surfplattor och mobiltelefoner med mera.

6.1 PROGRAMKATEGORIER

SVT sände 22 142 timmar 2017. Dessa timmar klassificeras på en mängd olika sätt. Ett sätt att visa på bredden i utbudet är att dela upp det i olika programkategorier. I redovisningen visas utbudet för barn och unga separat i kapitel 7.4 och nedanstående redovisning visar hur vuxenutbudet, 16 273 timmar, fördelar sig i olika programkategorier. Fördelningen kan och ska variera mellan åren. Det kan bero på stora sportevenemang

eller extra samhällssatsningar under valåren.

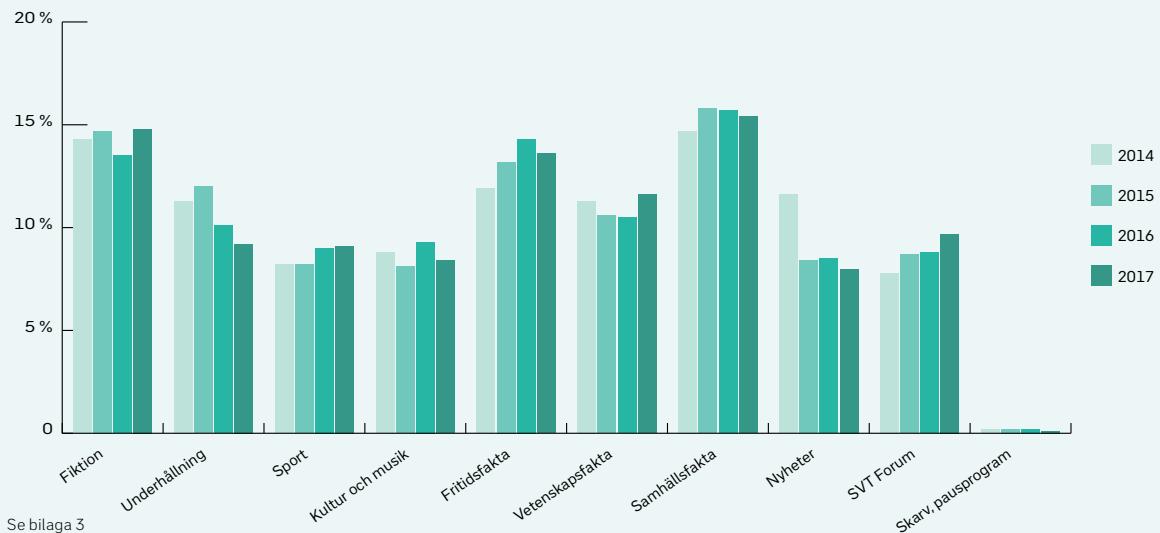
Jämfört med 2016 så har det endast skett marginella förändringar rent andelsmässigt. Det totala utbudet har ju som tidigare nämnts minskat till följd av minskade nattsändningar. Diagrammet visar på en mycket jämn fördelning mellan de olika utbudstyperna med små rörelser de senaste åren. Produktionen av regionala nyheter är fortsatt hög och omfattar nu 3 369 timmar, en ökning med nästan 800 timmar jämfört med 2014. Den ökningen märks inte i ovanstående statistik som helt exkluderar dessa 21 parallella sändningar. Från varje lokal redaktion sänds 160 timmar per år. Detta är en liten minskning som förklaras av omläggningen av morgonsändningarna.

En annan viktig indikator som visar om SVT lever upp till villkoren om ett brett utbud är det index som förut redovisades i de mätningar som genomförs av medieforskaren Kent Asp från Göteborgs Universitet. Rapporten, som publicerades

hos Myndigheten för press, radio och tv, utfördes årligen men har nu lagts ner. Under året utkom Kent Asp med publikationen *Public service-TV – vårt offentliga rum* där han sammanfattar den långa forskningsserien. Han konstaterar då att SVT står för den stora bredden i det svenska medielandskapet och att utvecklingen har varit relativt konstant under de senaste 10 åren medan de kommersiella tv-husen har minskat sin mångfald.

För 2017 så har myndigheten för press, radio och tv tillsammans med Nordicom tagit fram rapporten *Medieutbud 2017*. Det är en ny rapport med nya metoder så inga jämförelser kan göras med tidigare år. Rapporten drar ändå slutsatsen att: ”nyheter och fakta upptar en större andel av sändningstiden i Sveriges Television än i TV4. Över hälften av Sveriges Televisions utbud i de fyra kanaler som ingått i studien består av nyheter och fakta, medan motsvarande för TV4 är ungefär en tredjedel. Andelen blandprogram är något större i

6.1 Utbud per programkategori exklusive barn och unga



TV4 än i Sveriges Television. Sammantaget står kommersiella TV4 för ett mer underhållningsinriktat innehåll än public servicebolaget Sveriges Television. Det är de profiler som kanalerna alltid haft”.

Ovanstående beskrivningar visar på en stor bredd i utbudet i SVT.

Internet

SVT:s målsättning är att det online-baserade utbudet ska spegla utbudet i broadcast. De program som sänds i de särskilda live-kanalerna är koncentrerade till nyheter och sport, medan playtjänstens programarkiv i högre grad består av program som har ett stort värde även över tid. Nyheter utgörs av extra-sändningar som genomförs i samband med större nyhetshändelser i världen, i Sverige och lokalt. Sportsändningarna består i första hand av rättigheter som antingen inte kan utnyttjas i de ordinarie sändningarna på grund av att det inte finns några tillgängliga kanaler eller att man anser att riktigt smala sporter når sin publik bättre genom en unik webbsändning. Det förekommer också en del unika sändningar före och efter en del underhållningsprogram som exempelvis Melodifestivalen, Allsång på Skansen och debattprogrammet Opinion live.



Kulturfrågan Kontrapunkt Foto: Janne Danielsson/SVT

Program som kan ses på begäran (on demand) på SVT Play, Öppet arkiv och Barnkanalen inkluderar samtliga programkategorier och är i hög grad en ren spegling av utbudet i broadcast. Från oktober 2017 så är principen att alla icke direktsända program (eller program

som har karaktären av direktsända) publiceras först på SVT Play, redan klockan 02.00, samma dag som sändningen i broadcast.

Särskilda uppdrag och målgrupper

Kapitlet redovisas uppföljningen av ett antal särskilda uppdrag som SVT har som exempelvis att bedriva nyhetsverksamhet, erbjuda ett mångsidigt kulturutbud och göra program för barn och unga. Här beskrivs också utbudet på de nationella minoritetsspråken samt vad SVT gör för att öka tillgängligheten av programmen för personer med funktionsvariationer.

7.1 JÄMSTÄLLDHET, MÅNGFALD OCH SPEGLING

Arbetet med att spegla hela Sverige är ett av SVT:s övergripande prioriterade mål. Arbetet är mångfasetterat och bedrivs såväl i programarbetet som genom exempelvis rekrytering, utbildning och andra HR-frågor. För att vara relevant medieaktör för en majoritet av befolkningen så är det väsentligt att mäniskor med olika bakgrunder och livsförhållanden medverkar i programutbudet och i arbetet med att producera dem. I sin bok *Public Service-TV – vårt offentliga rum* beskriver medieprofesorn Kent Asp mångfald som ett grundläggande public service-värde som kopplas till det publika i public service-institutionen. Eftersom public service vänder sig till alla befolkningsgrupper bör också utbudet vara allsidigt. Pro-

gramföretagen kan bidra till mångfald i sitt utbud på tre sätt:

- Genom att spegla den mångfald som finns i ett samhälle, förhållanden i landet och den variation som finns i befolkningen.
- Public service kan ge plats för den mångfald av åsikter och meningsuttryck som finns i befolkningen.
- Public service kan bidra till mångfalden genom ett varierat programutbud, från det breda till mer särpräglade programtyper

Mångfalden kommer till uttryck i det egna utbudet, men ska också ses hur public service innehåller bidrar till mångfalden i tv-systemet som helhet enligt Asp. Beskrivningen av mångfaldsuppdraget ovan återspeglas i SVT:s sändningstillstånd § 6.

SVT har under året antagit en policy för Sverigespegling och likabehandling som formuleras enligt nedan:

- SVT är till för alla. Alla mäniskor är lika mycket värda. Sveriges befolkning ska avspeglas i såväl utbud som i sammansättning av vår personal. SVT:s program ska spegla befolkningens olika behov, intressen, perspektiv och åsikter. Alla ska känna igen sig i SVT:s utbud.
- När vi anställer personal ska vi alltid tänka på att ha ett brett spektrum av kompetenser och erfarenheter.
- Alla ska känna sig trygga på SVT, diskriminering i alla former ska motverkas.
- SVT välkomnar olikheter med hänsyn till ålder, kön, könsidentitet eller annat uttryck, etnicitet, religion eller andra övertygelse, sexuell orientering, funk-



Samtidigt i Hofors Foto: SVT

tionsvariation och behov av tillgänglighet. Hänsyn ska också tas till sociala och regionala aspekter.

Samtliga mångfaldaspekter enligt ovan inbegrips i mångfaldsbegreppet. Efterlevnaden av denna policy är ett linjeansvar. Det innebär att programdirektörer ansvarar för att programutbudet på ett övergripande plan svarar mot policyn. Program- och redaktionschefer ansvarar för att utbudet i enskilda program svarar mot policyn. Chefer ansvarar för att ta hänsyn till behovet av ett brett spektrum av kompetenser och erfarenheter vid rekrytering. Varje enskild medarbetare ansvarar för att aktivt verka för en arbetsplats där olikheter välkomnas.

Vissa redaktioner har dessutom tillämpat egna metoder för att öka mångfalden i programutbudet. Några arbetar aktivt med mångfaldschecklistor som också inkluderar mätning av andelen

medverkande med funktionsvariation.

Att mäta mångfald i programutbudet är en komplex uppgift som om det skulle göras på SVT:s hela programutbud skulle kräva omfattande resurser. Enskilda redaktioner gör mätningar i första hand för den egna uppföljningen. SVT betrar dessa mätningar som redaktionellt material. Mätningarna syftar till att blottlägga brister och blir då bra förändningsverktyg.

SVT:s övergripande mål gällande mångfald och spegling är att andelen som anser att SVT speglar hela Sverige ska öka. SVT har ställt mycket höga mål att senast 2019 ska minst 7 av 10 av befolkningen anse att:

- SVT speglar mångfalden av människor i det svenska samhället (idag 61 %)
- SVT har en jämställd fördelning mellan kvinnor och män (idag 64 %)
- SVT har nyheter, innehåll och medverkande från alla delar av landet (idag 63 %)
- SVT speglar åsikter och perspektiv

som du känner igen dig i (idag 48 %)

- SVT ger utrymme för många olika åsikter och perspektiv (idag 57 %)

SVT konstaterar att några av resultaten har utvecklats negativt jämfört med förra årets mätningar. Nedan redovisas åtgärder som SVT har vidtagit för att långsiktigt vända den vikande trenden. SVT är medveten om att den här typen av attitydförändringar tar mycket lång tid.

Samtliga redaktioner i nyhetsdivisionen diskuterar kontinuerligt hur Sverige speglas och tillämpar olika metoder för att öka medarbetarnas medvetenhet i frågan liksom mångfalden i utbudet. Flera redaktioner har enkla mätverktyg för att få en bild av vilka som medverkar.

Detta interna arbetsmaterial används som ett diskussionsunderlag vid uppföljning och utvärdering. Det är allt från digitala, dagliga automatiserade mätningar till mer tidskrävande manuella mätningar.

Sportredaktionen har exempelvis framgångsrikt använt ett digitalt mätverktyg för att säkerställa en jämn könsfördelning i sportutbudet.

Under 2017 presenterades en fördjupad mångfaldsmätning av SVT Nyheter (Aktuellt och Rapport) som genomfördes i samarbete med Lunds Universitet. Undersökningen kartlade kategorier av medverkande under en så kallad syntetisk vecka, och fokuserade på variabler som kön, ålder, etnicitet, nationella minoriteter, religion, funktionsvariation, sexuell läggning, land-stad, etcetera. Flera av variablerna som ingick i mätningen fick avläsas med försiktighet, eftersom de byggde på det som ”syns”. Forskarna jämförde också hur medverkande från de olika kategorierna framställdes i rapporteringen, med fokus på stereotyper. Exempel på stereotyper var offer, hjälte, expert, skurk etcetera. Fördjupningen nyanserade och kompletterade mätningarnas resultat och syftade till att öka medvetenheten om invanda mönster som riskerar att motverka en nyanserad spegling av Sverige.

Under året har Allmän-tv divisionen fortsatt driva sitt talang- och mångfaldsprojekt och haft fokus på Sverigespegling och likabehandling genom ökad inkludering och breddad representation. Utgångspunkten för arbetet är SVT:s policy för mångfald i bred bemärkelse.

Prioriterat område i mångfaldsarbetet har varit att bredda SVT:s rekryteringsbas. Mångfaldsperspektivet har varit i fokus genom hela rekryteringsprocessen, från annonsering till beslut om anställning.

Ett stort antal seminarier och möten kring Sverigespegling och inkludering har genomförts på alla Allmän-tv:s orter under året. Det har dels varit interna workshops kring ämnet ”Kränkande beteenden” och dels seminarier med externa experter som föreläsare.

Mångfaldsarbetet inom Nyhetsdivisionen bedrivs i hela organisationen, både lokalt och i den rikstäckande pro-

gramverksamheten. Enligt divisionens mångfaldsplan ska arbetet integreras i hela verksamheten i programbeställning, rekrytering och beslutsvardag. Målet för detta återkommande mångfaldsarbete är att fortsätta att utveckla och förändra invanda, oftast omedvetna värderingar. Som ett led i detta arbete har SVT Nyheter tagit fram språkråd med förslag på formuleringar kring mångfaldsbegrepp. Dokumentet revideras återkommande och finns som stöd i det journalistiska arbetet.

SVT Nyheter fortsätter också att utveckla arbetet på rekryteringsområdet. Sedan 2014 arbetar hela nyhets- och sportdivisionen för att öka mångfalden både vid kortare vikariat och vid rekrytering av praktikanter från olika journalistikutbildningar. Erfarenheten visar att det kommer att krävas långsiktigt arbete för att klara en bredare rekryteringsbas på längre sikt. SVT Nyheter sätter nu mål för rekryteringen inom alla delar av organisationen.

Det medvetna arbetet med att säkerställa mångfald i rekryteringen, både riks och lokalt, har bidragit till en bredare bas vid rekrytering av praktikanter. Andelen medarbetare på SVT med olika typer av mångfaldsbakgrund har ökat, men SVT har en mindre andel av medarbetare med mångfaldsbakgrund än befolkningen i stort.

Mätningen av utländsk bakgrund (minst en förälder född utomlands) för hela SVT:s personal genomfördes 2017 med bättre resultat jämfört med den undersökning som gjordes 2015.

Allmänproduktion – 55-procentskravet

För att säkerställa att SVT speglar hela landet har SVT en omfattande produktion på andra orter än Stockholm. Genom att sprida produktionen över landet kan många producenter och medverkande aktivt bidra till att olika yttringar och värderingar synliggörs i utbudet. Allmänproduktionen är för-

lagd till fyra orter, Malmö, Göteborg, Stockholm och Umeå. Utöver de fyra produktionsorterna produceras även allmän-tv i Kiruna, Luleå och Falun. Dokumentärer produceras i hela landet. I många uppdragskontrakt finns en särskild skrivning om att hela landet ska speglas och att man ska ta hänsyn till de olikheter som kan finnas runt om i landet. Det kan exempelvis ta sig uttryck i att produktionen spelas in på olika orter.

SVT och SR har olika definitioner på 55-procentskravet eftersom verksamheterna är olika och styrningen av programproduktionen skiljer sig åt.

Utgångspunkten för SVT:s definition av 55-procentskravet är placeringen av den aktuella produktionens ansvarige utgivare enligt SVT:s delegationsordning, i praktiken SVT:s programchefer. I Malmö och Göteborg finns vardera två programchefer, i Stockholm finns fem programchefer och i Umeå finns en programchef. Programcheferna ansvarar för produktion och programutveckling vid egenproduktion, produktionsutläggning, samproduktion och inköp av program (där SVT varit involverade i produktionen). Det är också programchefen som både har ansvar för, och störst möjlighet, att påverka programmens konkreta utformning, exempelvis vad gäller gäster, inspelningsplatser och medverkande.

I begreppet allmänproduktion ingår programkategorierna fiktion, underhållning, kultur och musik, fritidsfakta, vetenskapsfakta, samhällsfakta, nyhetsmagasin riktade till barn och ungdom, sportdokumentärer och korta pausprogram. Eftersom kravet tar sikte på produktion och inte sändning av program omfattar kvoten de förstagångssända programmen.

SVT:s andel produktion utanför Stockholm under 2017 var 58 procent (55 procent 2016) vilket innebär att SVT levat upp till villkoret.

7.2 NYHETER OCH SAMHÄLLSBEVAKNING

2017 var åter igen ett intensivt nyhetsår med flera europeiska val. Nyheterna kom också att präglas av terrorattentat i London, Barcelona, Paris, Manchester, S:t Petersburg, Istanbul, Åbo och Stockholm samt av #metoo rörelsen.

I SVT:s uppdrag, som det kommer till uttryck i sändningstillståndets 6, 7, 8 och 11 paragraf, ska SVT:s nyhets- och samhällsbevakning ha olika perspektiv och återge händelser med olika geografiska och sociala utgångspunkter samt tillgodose skiftande förutsättningar och intresse hos befolkning, variera sina produktionsformer och öka tillgängligheten i utbudet.

Nyhets- och samhällsprogrammen utgör en central del av SVT:s verksamhet. Verksamheten strävar efter att vara en av Sveriges trovärdigaste nyhetsleverantörer. Målsättningen är att via ett brett spektrum av nationella, regionala, lokala, minoritets-, barn- och ämnes-specifika nyhetsprogram skapa en mångfald av urval, analyser, kommentarer och granskning. SVT erbjuder en stor mångfald av möjligheter att ta till sig nyheter, analyser och kommentarer. Såväl inom ramen för nyhetsprogrammen som särskilda debatt- och diskussionsprogram, exempelvis *Agenda* och *Opinion Live*, stimulerar SVT till debatt och belyser skeenden ur olika perspektiv. En av journalistikens viktigaste funktioner, granskningen, återfinns i hela nyhetsutbudet, men också i särskilda granskande program som *Uppdrag granskning* och *Dokument inifrån*. Sporten och de lokala nyheterna samarbetar nära riksnyheternas avdelningar för insamling och publicering, fokus är att nyheter ska publiceras på den plattform de är mest lämpade för.

Totalt omfattar nyhetsdivisionen cirka 1 000 medarbetare och har verksamhet på 34 orter. Under 2017 öppnades en redaktion i Övertorneå. Under 2017 genomförde SVT:s nyhetsorganisation ett

omfattande dialogprojekt, #fikamedsvt, för att öka kunskapen om publikens olika behov. 75 möten med arbetsgrupper, skolklasser, idrottsföreningar mm genomfördes över hela landet och cirka 250 medarbetare var involverade. Innehållet i mötena har sammantällts och analyserats och är betydelsefullt för att utveckla nyhetsarbetet.

Sveriges Televisions uppdelning av nyhets- och samhällsutbudet i ett stort antal program med olika målgrupper, tilltal och uppdrag är en garant för en bredd i urval och analyser och säkerställer att en mångfald av röster kommer till tals. Att samtliga redaktioner har egna ansvariga utgivare är även det en garanti för mångfald. Lokalt finns 19 utgivare, medan det på riksredaktionerna i Stockholm och Umeå finns fyra (sport, aktualitetsprogram, riksnyheter samt Sverige idag) samt tre för minoritetsspråken samiska, finska och teckenspråk.

Samtliga nyhetssändningar har självständiga redaktörer som präglar respektive sändnings innehåll och tilltal. Det är ett omfattande utbud. Sammanlagt sände SVT renodlade nyheter 1 106 timmar för en rikspublik. Riksnyhetsutbudet sjönk under 2017 från 1 400 till 1 300 timmar då antalet korta nyhetssändningar under dagtid minskade. De lokala redaktionerna producerade 3 369 timmar nyheter under 2017.

Nyheter

Nyhetsprogrammen har skilda identiteter och format. Variationen är stor. Utbudet spänner från nyhetsnära *Sportnytt*, *Lilla Aktuellt*, *Oödasat*, *Sverige idag* och lokala nyhetssändningar till mer fördjupande *Agenda* och *Korrespondenterna*. Riksnyheterna levererar korta bulletiner, ett längre sammanfattande format som *Rapport* och ett fördjupande magasin som *Aktuellt*. Under 2017 startade SVT ett nytt morgonprogram som utgör starten på nyhetsdagen. Sommaren 2017 lanserade SVT:s lokala nyheter

ett nytt morgonerbjudande med ambitionen att komma närmare publiken, dels genom att lyfta fram lokala profiler dels genom att möjligheterna att snabbt uppdatera sändningarna förbättrades. Det nya formatet kräver ingen kontrollrumsbemanning vilket skapar utrymme för utveckling av nyskapande journalistik, primärt ett nytt bildberättande anpassat för mobil användning.

SVT:s lokala nyhetsredaktioner fyller en väsentlig funktion för speglingen av Sveriges inte bara genom den produktion som också når rikspubliken via Rapport och Aktuellt. Den direktsända debatten i Sollefteå om nedläggningen av BB är ett exempel på såväl samverkan med publiken som mellan olika delar av SVT. SVT Nyheter Västernorrland, Sverige idag, riksnyheterna och även allmän-tv redaktionen i Umeå arbetade tillsammans med publiken i den journalistiska satsningen som lyfte en lokal fråga till nationell nivå. Dialogen med publiken har också varit central i flera lokala satsningar, till exempel SVT Nyheter Dalarnas chatt om moskébygget i Borlänge och SVT Nyheter Hallands publikdialog om skolmaten.

Genom sin lokala närvaro har SVT Nyheter upptäckt och satt ljuset på lokala missförhållanden under 2017 runt om i landet. I Malmö uppmärksammades bland annat ett misslyckat antiradikaliseringssprojekt och i Falun avgick kommunchefen efter SVT Nyheter Dalarnas granskning som visade att han på ett felaktigt sätt använt sig av kommunens visselblåsarfunktion för att misskreditera sin närmaste medarbetare.

Vid sidan om sitt bidrag till riksnyheterna, bidrar SVT:s lokala nyheter till en fördjupande och sammanhangsskapande Sverigebild i SVT:s rikssändningar genom nyhetsdokumentärer som *Finndus*, *Bjuv och Ärtorna* som skildrade samhället och människorna inför, under och efter nedläggningsbeslutet av ortens dominerande industri, medan *Kim Wall – hon som ville berätta* gav en bredare



Nyhetsredaktionen Foto: Anders Mohlin, SVT

bild av människan bakom ett av 2017 års mest uppmärksammade mordfall i Sverige.

Under året har representanter för SVT:s nyhetsredaktioner fört djupgående samtal med företrädare för lokala kommersiella medier som genererar i nya samarbeten, bland annat kring lokala valkompasser och nya former för upphandling av innehåll i form av nyhetsdokumentärer. Samtalen har också lett till nya credit-regler. SVT:s lokala nyheter citerades i sin tur 44 500 gånger av andra medier under 2017.

SVT arbetar aktivt med att utveckla nya digitala berättarformat som lämpar sig för mobil användning där grafik och fakta är bärande delar. Antalet direkt-sändningar sända på internet har också ökat och utgjort en viktig service under pågående nyhetsskeenden. Digitaliseringen innebär att såväl produktionssätt som innehåll utvecklas.

Under 2017 fick lokala nyheter en ny direktsignal till publiken via lokala push-notiser. Push-notisernas betydelse ökar stadigt och SVT:s lokala nyheter nådde vid årsskiftet 141 600 prenumeranter. Tillsammans med en avsevärt förbättrad lokal navigeringen i SVT:s app och på SVT:s webb bidrog de till att fler hittar till de lokala nyheterna online. Samtidigt som antalet unika lokala besökare ökar med 36 procent år 2017 jämfört med år 2016 ökar andelen besökare per vecka. Ökningen för antal besök per vecka under år 2017 är 86 procent, vilket motsvarar närmare 4 miljoner besök/vecka.

Det är fundamentalt för Sveriges Television att publiken uppfattar SVT som en trovärdig nyhetskälla. Trovärdighet byggs genom ett utbud som är sakligt, opartiskt och korrekt. I nyhetssammanhang byggs trovärdighet också genom snabbhet. En konsekvens av teknikut-

vecklingen är att publiken kommit att vänja sig vid ett flöde av information och konstanta uppdateringar. Att snabbt leverera information har kommit att i större utsträckning bli nödvändigt för att publiken ska uppleva nyhetsleverantören som relevant och trovärdig. Som nyhetsleverantör kan inte SVT längre vänta tills vi har hela bilden eller till dess att alla uppgifter bekräftats. Lösningen är en ökad transparens och tydlighet när det gäller bekräftade och obekräftade uppgifter.

Samhällsprogram

SVT strävar efter att vara Sveriges ledande leverantör av kvalitetsjournalistik. Detta kommer till uttryck i den mångfald av nyhets- och samhällsprogram som sänds i SVT:s kanaler. SVT:s samhällsutbud tar sin utgångspunkt i uppdraget att lyfta fram olika perspektiv, återge händelser med olika geogra-

fiska och sociala utgångspunkter samt tillgodose skiftande förutsättningar och intresse hos befolkningen. SVT ska också variera sina produktionsformer och öka tillgängligheten i utbudet.

Ambitionen är att SVT:s samhällsutbud ska vara inkluderande och ge en mångfald av perspektiv. Programmen ska vara undersökande och gå på djupet. En väsentlig målsättning är att samhällsjournalistiken har ett starkt förtroende hos det svenska folket. Trovärdigheten i utbudet sätts alltid i första rummet och ska bibehållas och stärkas.

Samhällsuppdraget förvaltades under 2017 bland annat med återkommande bevakande program som *Uppdrag granskning*, ett undersökande och granskande magasin av högsta internationella klass, *Opinion Live*, ett nationellt forum för debatt och åsiktsbrytning, SVT *Forum* som speglar det pågående offentliga samtalet, utrikesmagasinet *Korrespondenterna* samt *Veckans brott*, *Sverige idag* och *Landet runt* speglar skeenden i hela Sverige.

Sedan några år tillbaka sänder SVT tematiska samhällsserier för att lyfta angelägna frågor. Under 2017 sändes *Morgans mission* om mobbning, kränkningar och särbehandling på arbetsplatser; *Bästa Mannen* som undersökte maskulinitet och jämställdhet; *Toppmötet* där Jan Eliasson mötte inflytelserika maktihavare och *30 liv i veckan* om självmord i Sverige.

Inom samhällsutbudet intar samhällsdokumentärer en särskild ställning när det gäller att följa ett skeende och gå på djupet i enskilda frågor. SVT sänder dokumentärer inom ramen för *DOX* och *Dokument Utifrån* samtidigt som en ny form av dokumentär utvecklats där den dokumentära berättelsen får ta längre tid på sig över flera episoder; *Fallet Kevin* och *Helikopterrånet* är exempel på denna nya form.



Bästa mannen Foto: Mattias Ankrah/SVT

7.3 KULTURUPPDRAGET

SVT ska erbjuda ett mångsidigt utbud som ska fördjupas, utvecklas och vidgas under tillståndsperioden. Under året har SVT därför introducerat nya program, visat nya former av kultur och i program kombinerat svensk kultur med utländsk, äldre kulturformer med nya. Nedan utvecklas hur SVT har uppfyllt kulturuppdraget.

Bevaka, speglar och kritiskt granska

SVT ska bevaka, speglar och kritisk granska händelser på kulturlivets olika områden i Sverige och i andra länder. SVT sänder därför en mängd olika typer av program där kultur står i fokus, exempelvis dokumentärer, magasinprogram, debatter och nyheter. Vi sänder program som tilltalar både den kulturvana och den som mer sällan tar del av kultur.

Genom *Kulturnyheterna* ges daglig granskning och bevakning av kulturområdet. I och med omgörningen av morgonnyheterna fick kulturnyheter en fast plats i det nya programmet *Morgonstudion*. Tittarna kan numera varje morgon ta del av kultur och nöje från världen

och Sverige. Utöver det visas också *Kulturnyheterna* i samband med *Rapport* och *Aktuellt* på kvällarna.

Programmen *Kobra* och *Kultur i farozonen* har under året bevakat nya kulturytringar och händelser i hela världen. Även *K-special* och *Kulturstudion* har både introducerat nya kulturformer och spridit svensk och internationell musik och scenkonst till tittarna. Naturligtvis är stora länder som USA, Tyskland och Frankrike riktigt företrädda, men vår ambition är att bredda utbudet med kultur från världens alla hörn. Under året har de utländska programmen i *Kulturstudion* speglat konstnärer, konst och musik från så vitt skilda länder som Kina, Kanada, Japan och Malta. Vidare har vi rapporterat från invigningen av två stora konserthus, Elbphilharmonie i Hamburg och Boulezsalen i Berlin. Ett viktigt program var dokumentären om Ayhan Ahmad, pianisten från Syrien som spelade för krigsdrabbade barn ända till dess han själv var tvungen att fly.

Bevakningen av litteraturscenen görs framför allt av *Babel*. Under året har *Babel* bland annat sändt tillsammans med NRK:s litteraturprogram *Brenner & bokene* från världens nordligaste littera-

turfestival i Longyearbyen på Svalbard. Åven i program som *Go'kväll* sker bevakning och spegling av kulturområdet genom intervjuer med kulturpersonligheter och recensioner av böcker, filmer och tv-serier.

Året har även bjudit på nya program. Genom programmet *Folkets musik* kombinerades både svensk och utländsk kultur då en svensk hitlåt tolkades av en stor artist med rötter i ett land. Det ledde till att pop kombinerades med jiddisch och svensk rap/reggae med västafrikanska rytmer.

Kvinnliga konstspionjärer som Elsa Beskow och Hilma af Klint uppmärksammades i programmet *Konsthistorier*. Deras liv och verk berättades med hjälp av några av våra mest spännande samtidiga konstnärer som arbetar i dessa pionjärers anda. Det uppskattade frågesportprogrammet *Kontrapunkt* återintroducerades under året. I det står folkbildning i fokus då kända kulturprofiler tävlar i frågor om klassisk kultur.

Bland våra nordiska grannländer har Finland fått extra uppmärksamhet under året med anledning av 100-årsfirandet av självständigheten. SVT har därför sändt bland annat en konsert med finska radions symfoniorkester, ett program om presidentens slott vid Salutorget i Helsingfors som är spelplats för den årliga Slottsbalen samt en hyllningskonsert från Sverige där det sverigefinska arvet förenade både de medverkande artisterna och programledarna.

Egenproduktion och samarbeten

Landskapet för tv-drama har förändrats kraftigt under de senaste åren, de lokala och de internationella streamingtjänsterna har ritat om kartan och SVT befinner sig nu i en helt ny konkurrenssituation. När publiken har ständigt tillgång till de allra bästa tv-serierna gäller det att leverera svenska serier i världsklass för att fortsatt vara relevant.

Våra serier ska underhålla och tilltalा många tittare, men också spegla Sverige

och ge andra avtryck. Under året har SVT visat en rad dramaserier, där majoriteten produceras tillsammans med utomstående producenter.

Under hösten visades den första säsongen av det uppskattade och kritikerrosade dramat *Vår tid är nu* som är en berättelse om det svenska samhällsbygget från fredsdagen 1945 fram till 1950. I dramat följer vi familjen Löwander som driver restaurang i Stockholm. Utöver relationerna på restaurangen får publiken även lära sig mer om dåtidens klasssamhälle, synen på homosexualitet, jämställdhet och arbetarrörelsen.

Våren bjöd på den nya dramakomediserien *Bonusfamiljen* som följer Lisas och Patriks vedermödor i en bonusfamilj. Serien tog sig an denna nya familje-situation som allt fler svenskar lever i och lockade till skratt och igenkänning. *Bonusfamiljen* var en publikuccé och andra säsongen visas under 2018.

Norden har gjort sig känt i hela världen med mörka dramaproduktioner. I den genren ingår dramatrillern *Innan vi dör*, en historia om starka familjeband och brutal maktkamp i undre världen, som visades under våren. Under året visades även den andra säsongen av *Jordskott*.

Från de andra nordiska länderna kom bland annat den norska serien *Nobel* som handlar om norska soldater i Afghanistan, danska *Follow the money* och ungdomsserien *Ung och lovande* som tog vid där *Skam* slutade.

Utöver egenproduktion och samarbeten visas programinköp. Genom programköpen breddar vi också svenskarnas tillgång till dramaserier utanför det anglosaxiska språkområdet. Uppmärksammade serier som tyska *NSU – hatets underjord* och franska *Falsk identitet* diskuterar heta samtida frågor utifrån ett europeiskt perspektiv. Den turkiska dagliga följetongen *Förväxlingen* har befäst sin plats hos SVT:s publik.

Utbytet mellan de nordiska länderna genom Nordvisionen fortsätter att öka.

Under 2017 utväxlades och samproducerades 5 102 programepisoder vilket är det högsta antalet i Nordvisionens historia. Antalet samproducerade program ökade från 1 626 episoder till 2 279.

Samarbete med kulturinstitutioner

SVT ska samarbeta med kulturinstitutioner och fria producenter för att på så sätt göra föreställningar, konserter och andra kulturhändelser tillgängliga för en större publik än de som har möjlighet att se dessa evenemang live. Samarbete-na sker med både statliga kulturinstitutioner, privatteatrar och kulturföreningar. Under 2017 samarbetade SVT med 30 olika kulturinstitutioner inom teater, musik och dans i hela Sverige. Det har resulterat i 97 sända timmar fördelat på 72 sändningar.

Under året har SVT samarbetat och sändt bland annat den svenska operan *Aniara* med Malmö Opera, Ravel för vänster hand med Göteborgs symfoniker och First Aid Kits konsert där de tillsammans med några av Sveriges främsta sångare tolkade Leonard Cohens låtar på Kungliga dramatiska teatern i Stockholm.

I dag är det allt fler kulturinstitutioner som spelar in sina föreställningar och visar dem på bio. Det ger nya samarbetsmöjligheter även för SVT som kan gå in i olika faser av processen. Under 2017 har SVT bland annat visat Henrik Dorsins nytolkning av operetten *Glada Änkan* på Operan i Stockholm, som först visades som e-bio.

Bidrag till svensk filmproduktion

2017 var det första året efter det gamla filmavtalet sagts upp och en statlig filmpolitik införts. SVT har åtagit sig att mellan 2017–2019 bidra med sammantaget 300 miljoner kronor till svensk film. Bidraget går till fem kategorier, långfilm, kortfilm, dokumentär, kulturdokumentär och talangsatsningar. Det senare innebär att SVT är part i talangutvecklingsprogrammet *Moving Sweden* till-



Bonusfamiljen Foto: Ulrika Malm/SVT

sammans med Svenska Filminstitutet. Under året har SVT ingått avtal för 94,3 miljoner kronor. Av dessa medel går 49,4 miljoner till långfilm, 13,2 miljoner till talang, 19,3 miljoner till dokumentär, 4,1 miljoner till kortfilm och 8,3 miljoner kronor till kulturdokumentär. SVT har ingått avtal gällande bland annat långfilmerna *Ensamma i rymden* och *Om det oändliga*, dokumentären *Anders, 23 andra kvinnor och jag*, kortfilmen *Svaga kvinnor* och kulturdokumentären *What's eating Tiny Tim*. Se även bilaga 3, tabell 73.

Under året har SVT också sänd filmer som företaget har varit samproducent eller förköpt visningsrätt till. Bland dessa kan nämnas Hannes Holms *En man som heter Ove*, *Ömheten* i regi av Sofia Norlin, *Jätten* av Johannes Nyholm och *Min lilla syster* av Sanna Lenken. SVT har även sändt projekt från talangsatsningen *Moving Sweden*, så som *I will*

always love you kingen av Amanda Kernal och guldbaggebelönade *Min faster i Sarajevo* i regi av Goran Kapetanovic.

7.4 BARN OCH UNGA

SVT, som ska erbjuda ett varierat utbud av program för och med barn och unga, har en lång tradition av att sätta barnen själva i centrum av barnprogrammen. Detta präglar en stor del av utbudet i såväl barnens egna tv-kanal, Barnkanalen, som i den relaterade tjänsten Barnplay, där barnen kan se sina favoritprogram när och var de vill.

Dessutom vill SVT, även med utbudet för barn och unga, bidra till ett samhälle där alla är mer nyfikna och insatta. Alla barn är viktiga och SVT strävar efter att varje enskilt barn i Sverige ska hitta något som är spännande i utbudet, och samtidigt få veta mer om eller bli nyfiken på sin omvärld.

Barnkanalen är Sveriges största tv-kanal för barn och sände under året 5 443 timmar program som vänder sig till barn upp till 15 år. Under 2017 har SVT återigen sett hur de unga målgruppernas tittarbeteende förändras och i växande utsträckning går mot on-demand-tittande framför traditionell tv. SVT:s ambition är att möta det behovet och fortsätta vara relevanta för nutidens barn. Vid sidan av tv-kanalerna har SVT därför fortsatt att utveckla såväl webbunika programformat för barn och unga som tjänsten Barnplay.

De nya konsumtionsmönstren innebär också båda större förväntningar och utökade möjligheter för interaktivitet med publiken. Delaktighet är ett centralt ledord i utveckling och produktion av såväl innehåll som tjänster och SVT har kontinuerlig kontakt med målgrupperna i form av publikundersökningar och användningstester av nya funktio-

ner. Många av SVT:s barn- och ungdomsprogram bygger också på interaktivitet med publiken.

Programmen som riktar sig till barn och unga ska förmedla nyheter och fakta samt kulturella och konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen och samtidigt ha en omfattande nyproduktion och egen produktion av program. I tabell 7.4 visas hur de nyproducerade programmen (första-sändningar) fördelar sig i de två definierade kategorierna. Denna uppdelning ger en bättre beskrivning av utbudet än att fördela det enligt samma kriterier och programkategorier som främst är anpassat för vuxenutbudet.

Barn

Barn definieras i SVT:s verksamhet som tittare i åldern 3–11 år. SVT:s programutbud för barn består delvis av välkända titlar med lång tradition. Ett sådant är barnens eget nyhetsprogram, *Lilla Aktuellt*. Programmet riktar sig till barn i skolåldern och tar upp dagsaktuella händelser från hela Sverige och världen. *Lilla Aktuellt*s nyhetsvärdering och tilltal är anpassat för barnpubliken, utan att värvja för svåra ämnen.

Årets upplaga av *Sommarlov* hade fokus på natur och miljö när programledarna, tillsammans med Sveriges barn, blev planetkötare och lärde sig olika sätt att vara extra snälla mot jordklotet. Årets julkalender hette *Jakten på iskristallen* och var ett science fiction-äventyr där tre barn fick uppdraget att hindra onda makter från att stoppa tiden. *Lilla Sportspiegeln* har under året utökat sin produktion genom att för första gången sända live från flera stora sportevenemang, såsom Ungdoms-SM i bordtennis, Ungdomsvasan och Lilla Göteborgsvarvet.

För de yngsta barnen, 3–6 år, har SVT under året fortsatt att utveckla *Bolibompa*. Ett exempel är det nya programformatet *Drakens hotell*, som har fokus på känslor. Där får barnet, via Bolibom-

padraken, hjälp att förstå och hantera sina känslor. Det pedagogiska innehållet, som att lära sig bokstäver och siffror från tidigare år, har också utökats med sånger och flera episoder av serien *Bolibompa: Tåget* som tar upp grundläggande matematik i olika sorteringsexempel.

SVT har också producerat och sändt flera helt nya programtitlar för förskolebarn. Ett exempel är *Bilakuten* som handlade om fantastiska fordon på livsviktiga uppdrag – som brandbilen, grävskopan och ambulanshelikoptern. *Vi vet bäst* var ett humoristiskt faktaprogram som svarade på frågor som ”Tillverkas glas verkligen av pingviner?” och ”Bor det en dinosaur i sopbilen?” I *Hasses trädgård* fick både deltagande barn och publiken följa med i odlingens alla faser - från sådd till skörd och provsmakning. Dokumentärserierna *Astrid och Adrian flyttar* och *Linneas sommarland* handlade om vardagslivet för förskolebarn. Dramaserien *Alva*, som bygger på böcker av Pernilla Gesén, handlar om 7-åriga Alva som tvingas flytta och börja i en ny skola när hennes föräldrar skiljer sig. Under året visades också flera långfilmer för där SVT varit samproducent, bland annat *Bajsfilmen* som bygger på Pernilla Stafelts böcker om livet, kärlek, hår, döden, skräck och bajs.

Det är inte bara inom de ovan nämnda programmen som SVT förmedlar kulturella upplevelser för barn utan även bland de inköpta barnprogrammen. SVT:s ambition är att erbjuda en stor genrebredd, som på olika sätt ska bidra till att vår publik blir mer nyfiken och insatt. Ett exempel är *Ett fall för kluro*, en humoristisk spänningsserie från Kanada med fokus på vetenskap och matematiska lösningar. SVT arbetar aktivt med att köpa in program från hela världen. Bland årets nya titlar för de yngsta barnen fanns exempelvis *Regnbågsstaden* från Sydkorea och *Loppans julönskning* från Lettland. Bland årets nya titlar för de äldre barnen, 7–11 år, fanns *Superkrypen* från Singapore, *Alisa*

klurar sig alltid från Ryssland, *Abel och Fant* från Sydafrika, *Kortrasten* från Australien samt *Matildas superkrafter* från Chile/Colombia/Brasilien.

Unga

Unga definieras i SVT:s verksamhet som tittare i åldern 12–19 år. Under Barnkanalens sista timme, klockan 20–21, sänds program för åldern 12–15 år. Utbud för äldre åldersgrupper sänds oftast i SVT:s övriga kanaler. En allt större del av tittandet sker dock i SVT Play.

Varje måndag–torsdag gör *Lilla Aktuellt* en sändning, särskilt anpassad för målgruppen 12–15 år, i Barnkanalens sista timme. I slutet av 2017 startade i Barnkanalen också dramaserien *Klassen*, som består av 52 delar och utspelar sig på en högstadieskola. Serien handlar om relationer och har stor igenkänningsfaktor för barn i yngre tonåren.

Några av de egenproducerade programmen för unga som sändes under 2017 var *Tove testar vuxenlivet*, *Hanna badar med en kändis* och *Skitlycklig*. SVT har också utökat sändningstiden för programmet *100 procent vaken* som, i samband med skollov, är en form av uppesittarkvällar där programledare och gäster i studion är i ständig dialog med publiken. SVT direktsände även i år från eveneten *Dreamhack* och *SM i Cosplay*. *Musikhjälpen* befann sig i år i Umeå och hade temat *Barn är inte till salu*. Programmet engagerade så väl Umeåborna som mäniskor över hela landet som önskade låtar, startade och bjöd på auktioner, startade och bidrog med pengar i digitala bössor, la pengar i fysiska bössor, skänkte pengar från företag och genomförde egna insamlingar. Totalt räknade man till 586 000 engagemang och över 74 miljoner insamlade kronor, återigen ett nytt rekord med god marginal.

Flera dokumentärer, såväl svenska som utländska, har haft ungas perspektiv. Serien *Aldrig backa*, följe en grupp unga mammor i Stockholm som lämnar kriminalitet och missbruk bakom sig.

7.4 Barn och unga förstasändningar

Totalt barn (3–11 år) 2017	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och Nyheter	277	8	285
Kultur och konstnärliga upplevelser	168	323	491
Totalt	446	330	776

Totalt unga (12–19 år) 2017	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och Nyheter	141	0	141
Kultur och konstnärliga upplevelser	107	36	143
Totalt	247	36	283

Totalt barn och unga (3–19 år) 2017	693	366	1 059
-------------------------------------	-----	-----	-------

Se bilaga 3 för fler år

Den norska dokumentärserien *True Sel fie* följe åtta ungdomar som lever med psykisk ohälsa.

SVT har också, som en del av att förmedla kulturella upplevelser, bland annat visat ett flertal konserter med hög relevans för unga. Några exempel på artister är Little Jinder, Laleh, First Aid Kit, Håkan Hellström, Kanye West och Adele. I SVT:s långfilmsutbud märks särskilt de svenska filerna *Cirkeln* och *Min lilla syster*, som båda har unga som primär målgrupp. Inom ramen för satsningen *Moving Sweden* har SVT också samproducerat och sändt filmen *Natt barn*, som handlar om 14-åriga Iggy och bygger på en grafisk roman av Hanna Gustavsson. Utöver detta köper SVT högkvalitativt drama för unga från hela världen, två exempel är brittiska fantasyserien *Vargblod* och australienska komedisserien *Please like me*. Och, sist men inte minst, SVT har under 2017 sändt samtliga säsonger av den mycket uppskattade och populära norska ungdomsserien *Skam*.

Utveckling för äldre barn och unga
SVT har i uppdrag att särskilt utveckla utbudet för de äldre barnen, 7–11 år, samt

för unga, 12–19 år. Att särskilt utveckla tolkar SVT som att årligen skapa nya program och former samt att ständigt utveckla befintliga titlar och tjänster.

Under hösten sändes den egenutvecklade programserien *Brottsligt*, som handlade brottslighet, polisarbete och lagar. Programmet blev en plattform för såväl kunskap och reflektion, med utgångspunkt i barnens egna upplevelser och tankar. Ett avsnitt tog upp sexuella övergrepp och blev särskilt uppskattat för hur ett viktigt och svårt ämne behandlades utan att bli skrämmande. Andra avsnitt har haft teman som rån, mobbing och skadegörelse.

Ett annat helt nytt program under 2017 var *Maxat* - ett vetenskapsprogram med mycket humor och spänning. Programledarna Isabelle och Erik byggde så kallade ”maxatmaskiner”: kedjereaktioner som skapas av en stor mängd olika ting bara för att göra enkla saker som att släcka ljusen på en tårta eller klä en julgran.

Två nya reality-serier för stora barn, 7–11 år, var *Agenterna*, där medverkande barn löste brott i den fiktiva staden Krimsta City, och *Gäst i spenaten*, där olika familjer utmanades att under en helg lämna staden och modern teknik.

Siri på banan var en ny form av dramaserie om Siri som tar hjälp av Minnet, Fantasin och Supporten för att minnas och återberätta sin morfars galna historia. Serien hade en experimentell form där skådespelaren Lilja Fredriksson spelade samtliga roller.

För barn från ungefärlig 12 år har utvecklingen under 2017 haft stort fokus på deras önskan och behov av delaktighet. Det nya programmet *Random Mix* hade fullt fokus på interaktivitet med publiken och utgick från ämnen som är särskilt angelägna för 12-åringar: pubertet, musik och andra kulturytringar, att vara barn i Sverige idag, deras mest älskade förebilder.

Som stöd till programmen *Random Mix* och *Lilla Aktuellt* har SVT utvecklat appen *Mixat*, där publiken genom exempelvis chattar och röstningar är med och påverkar innehållet i programmen. *Mixat* har också utökat möjligheterna för redaktionerna att kunna identifiera brännande frågor hos målgruppen samt snabbt kunna närvara för publiken i samband med exempelvis stora nyhetsändelser.

En annan form av delaktighet fanns i *Zombie: utmaningen*, som var en utveckling av spänningsserien *Zombie*, som sändes 2016. I den nya varianten anordnades ett öppet event där barn och familjer fick delta och själva testa på de utmaningar som varit kärnan i den första programserien. Fokus i utmaningarna låg på problemlösning och samarbete.

SVT Z, tidigare *Projekt Z*, är ett utvecklingsprojekt som startade under 2016 med fokus på unga i de äldre tonåren. Metodiken bygger på att genom kontinuerlig kontakt med målgruppen, via sociala medier, identifiera ämnen och berättelser som är särskilt relevanta för just dem, och utifrån detta utveckla program. Ett ständigt återkommande tema har varit psykisk ohälsa. Utifrån detta har programserierna *Din story* och *Ångestbilen* producerats. *Din story* är korta, dramatiserade berättelser som bygger på



Fixa rummet Foto: Mattias Ankrah/SVT

de verkliga historier som SVT Z fått skickat till sig. Ångestbilen är ett intervuprogram där unga och kända svenskar berättar om sina minnen från högstadietiden.

SVT Z har också varit centrala i publikkontakten kring den norska serien Skam. Serien relaterar till många av de frågor som SVT Z har tidigare erfarenhet av och ett återkommande budskap har varit ”Du är inte ensam” samt guiding om vilken hjälp som finns att få.

Produktionstyper för utbudet för barn och unga

I sändningstillståndet står det att SVT ska ha en betydande egenproduktion. SVT väljer att tolka begreppet något vidare så att det även ingår produktioner där SVT har haft ett betydande inflytande. Därför delas utbudet för barn och unga upp i svenska respektive utländsk

produktion. Den som är gjord på svenska är till allra största del egenproducerad eller gjord i nära samarbete med andra svenska företag där SVT har haft ett betydande inflytande. Som exempel kan nämnas Musikhjälpen som görs tillsammans med Sveriges Radio. Den utländska produktionen består av inköpta visningsrätter där SVT inte haft något inflytande.

Av det totala förstasändna utbudet för barn och unga utgjorde knappt två tredjedelar ett svenskproducerat utbud (se tabellerna ovan). Den absolut största delen av det utbudet var helt egenproducerat eller som i Musikhjälpens fall producerat tillsammans med Sveriges Radio. Några produktioner har också gjorts som produktionsutläggningar och samproduktioner där SVT har haft ett helt avgörande inflytande. Resultatet blev att 693 timmar av totalt 1 059 timmar för barn och unga nyproducerades

av SVT eller där SVT haft ett stort inflytande.

Med ovanstående beskrivningar menar SVT att företaget har levat upp till de villkor som ställs i sändningstillståndet om barn och unga. Beskrivning av minoritetsutbudet återfinns i kapitel 7.6.

7.5 TILLGÄNLIGHET

I sändningstillståndet finns tydliga krav på att uppdraget omfattar alla mäniskor, exempelvis barn och unga, personer med minoritetsbakgrund eller med funktionsvariation. Tillgänglighet är en högt prioriterad fråga för SVT. Företaget söker ta hänsyn till att varje individ har olika förutsättningar att ta till sig utbudet utifrån skiftande intressen och behov. Anpassning av utbudet görs för att bland annat överbrygga funktionsvariationer.

Enligt det krav som avser tillgänglighet till tv-sändningar för personer med funktionsvariation ska SVT uppfylla vissa kvoter för de olika tillgänglighets-tjänsterna.

Ett nytt särskilt tillgänglighetsbeslut gäller för perioden 2017 fram till och med 2019. SVT uppfattar att intentionen med det nya beslutet är att skapa tydligare förutsättningar för hur tillgänglighetstjänsterna ska tolkas och bedömas. Bedömning ska göras utifrån omfattning av SVT:s samlade programutbud i samtliga programtjänster som sänds i marknätet, via satellit och genom tråd.

Fördelningen av tillgängliggörandet mellan olika programtjänster får avgöras av SVT efter diskussion med berörda brukarorganisationer.

Det nya tillgänglighetsbeslutet öppnar för hur nya tekniker ska kunna beaktas och i förlängningen öppna för innovation och nya möjligheter för publiken att ta del av tillgänglighetstjänsterna i framtiden. Detta kommer i förlängningen att ha stor betydelse för utvecklingen av tillgänglighetstjänsterna.

Teckenspråkstolkning och syntolkning som tillhandahålls genom sändning över internet samtidigt som ett tv-program sänds linjärt i en programtjänst får tillgoräknas. Program som syn- och teckenspråkstolkas och som finns tillgängliga i beställ-tv får tillgoräknas upp till 30 procent av det totala kravet. Syntolkning eller uppläst text som tillhandahålls genom ett ljudspår i en separat enhet såsom mobiltelefon eller läsplatta samtidigt som ett tv-program sänds linjärt i en programtjänst får också tillgoräknas som ett tillgängliggörande.

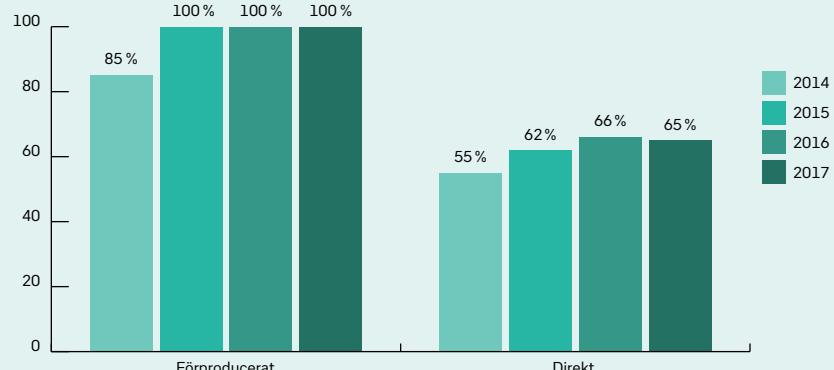
Avseende 2017 så har företaget enligt SVT:s tolkning uppfyllt de kvoter som anges i beslutet.

Kraven på tillgänglighet ska svara mot tre frågor:

1. Vad är det som ska tillgängliggöras?

Det är program på svenska språket som sänds i SVT:s programtjänster.

7.5.1 Textningsgrad



2017 var det 16 280 timmar. Samt uppläst text för översatta textade program.

2. Hur ska det tillgängliggöras? Genom textning av icke direktsända program (100 procent), textning av direktsända program (65 procent), syntolkning (3 procent), teckenspråkstolkning (3 procent), samt uppläst text för alla program med översättningstext.

3. Var ska det tillgängliggöras? SVT tolkar beslutet att det kan ske i broadcast-kanalerna, i de särskilda livekanalerna online samt även som en on demand-tjänst på webben.

Utifrån intentionen med det nya tillgänglighetsbeslutet att förtärliga och förenkla tolkningen av tillgänglighetsuppdraget, så anser SVT att det inte bör göras skillnad mellan sändningarna över marknätet, satellit eller simultansändningarna över internet. Dessa är identiska eftersom de utgår från samma sändning vilket innebär att de inte kan skilja sig innehållsmässigt eller hur tillgänglighetstjänsterna visas.

För att kunna utöka textningen i högre grad krävs en ny teknisk lösning för textproduktion vid direktsända program, en så kallad taligenkänningsteknik. Denna teknik förutsätter att en språklig infrastruktur finns tillgänglig. SVT har aktivt deltagit i ett pilotprojekt som rör utvecklingen av en svensk tal-databas och taligenkänningsteknik för

textning av tv-program. Metoden bygger på en så kallad *skuggtalare* som lyssnar vad som sägs och talar in det som blir den text som visas i bild. Sammanfattningsvis vill SVT framhålla att erfarenheterna från pilotprojektet varit mycket goda då tekniken kunnat leverera inom ramen för de specifika kvalitetskrav som formulerats gällande snabbhet och korrekthet. SVT har kontakt med brukare av samtliga tillgänglighetstjänster genom intressentdialoger med de olika organisationerna och har också mindre möten som fokuserar på specifika tillgänglighetstjänster var för sig. Vid dessa möten diskuteras kvalitetsfrågan för samtliga tillgänglighetstjänster men också urvalet av program som tillgängliggörs. Kraven på syntolkning har ökat vilket har resulterat i en ökning av både egenproduktion och inköp av tjänsten.

T Textning

I sin mest självtalade form innebär tillgängliggörandet att alla program på annat språk än svenska förses med översättningstext. Även svenska program textas på svenska, en text som tillgängliggörs via text-tv sidan 199, oavsett kanal. För program som tillgängliggörs genom SVT Play, väljs textningen genom ett tillval i videospelaren.

Det särskilda tillgänglighetsbeslutet fastslår att SVT under 2017 ska texta samtliga förproducerade och 65 procent

av de direktsända programmen. I vissa reviderar återutsänds textningen som den var i förstasändning medan andra bearbetas i efterhand.

Textningsgraden 2017 var 100 procent av de förproducerade programmen i alla kanaler i broadcast. Det har sänts ett färlitligt timmar (under en halv procent) där textningen fallit bort på grund av tekniska problem. SVT anser att kraven angående textning uppfyllts trots detta: Det kommer aldrig gå att helt undvika tekniska problem för en tjänst med så komplicerade samband som textningen.

Under året direkttextades 65 procent av de direktsända programmen. Direkttextningen fungerar ännu inte för sändningarna över internet då tekniska försäkringar saknas. Arbete med att få tjänsten att fungera pågår.

Alla riksnyhetssändningar inklusive extrasändningar direkttextas, liksom galor och direktsända barnprogram till exempel *Sommarlov*, *Nobel*, *Musikhjälpen*, sportevenemang, samt en stor del av det som sänds inom ramen för *SVT Forum*.

Syntolkning

Syntolkning, eller talad beskrivning, handlar om att förmedla bildinformation för den som inte ser. En röst beskriver vad som syns i bild och vad som sker. SVT:s syntolkningar strävar efter att fånga upplevelsen som förmedlas i bild. Tolkningen ska inte bara registrera och rapportera, utan även i viss mån återge känsla och stämning. Språket ska vara konkret, levande och rikt, men inte stjäla uppmärksamhet från programmet.

Det får inte förekomma någon tolkning där det finns viktiga ljud som måste höras. Svårbegripliga ljud förklaras, medan uppenbara ljud kan ingå som en självklar del i berättandet. Man kan även sänka ljudet på dialog som inte är central och i stället lägga in en tolkning där om det behövs av tydighetsskäl.

Syntolkningen ska smälta in i program-

met på ett naturligt sätt och fungera bra även för tittare som inte har synnedsättning. Den kan även fungera som ett extra stöd för andra tittargrupper som behöver hjälp att tolka programmet.

Målsättningen med årets utbud av syntolkning har varit att tillgängliggöra visuellt berättande program för användarna. Programmen ska vara av stort publikt intresse och/eller vara särskilt lämpade för syntolkning, det vill säga att bilden är en viktig del av berättandet, till skillnad från program som i allt väsentligt bär upp av dialog. Exempel på program som syntolkats är *Innan vi dör*, *Bonusfamiljen*, *Melodifestivalen*, *Mästarnas mästare*, *Allsång på Skansen* och *Jordskott 2*. SVT har i sitt urval av syntolkade program valt att prioritera syntolkning av vissa barn- och ungdomsprogram före syntolkning av vissa program för vuxna. Särskild hänsyn har tagits till program som bedöms ha stor betydelse för målgruppen såsom exempelvis *Julkalendern*, *Wild Kids* och *Familjen Rysberg*.

SVT har sändt 16 280 timmar svenska program under 2017. Det kvantitativa

kravet för 2017 var att 3 procent av de svenska programmen ska syntolkas vilket motsvarar 488 timmar. SVT har mött kravet genom att erbjuda ett antal programtitlar med syntolkning, i vissa fall både i SVT 24 och SVT Play, medan några av titlarna har sänts/publicerats enbart på SVT Play. Målsättningen har varit att åstadkomma en god genrebredd i urvalet av program. SVT har totalt tillgängliggjort 723 timmar syntolkning 2017, men eftersom det endast är 30 procent av kravet på syntolkning (147 timmar av 488 timmar) som får tillgodoräknas, så blir summan 571 timmar.

Teckenspråkstolkning

Teckenspråkstolkning innebär att en teckenspråkstolk översätter det talade språket till teckenspråk, antingen i förväg eller simultant i direktsändning. Tjänsten tillgängliggörs som en bild-i-bild-lösning, en bild med teckenspråkstolken närmast tittaren och där programmet ligger infälld bakom tolken i teckenspråkstolkningsversionen. Några program har också tillgängliggjorts med två tolkar i bild för att bättre kun-

7.5.2 Syn- och teckenspråkstolkning i timmar

Syntolkning	2014	2015	2016	2017
Sänt broadcast	39	76	121	388
Sänt internet	24	21	30	36
Tillgängligt on demand	56	77	143	299
Totalt	119	174	294	723
Max tillgänglig on demand 30 %	-	-	-	147
Ny total	-	-	-	571
Krav (andel av svenska)	88	170	248	488

Teckenspråkstolkning	2014	2015	2016	2017
Sänt broadcast	36	43	115	366
Sänt internet	20	54	47	76
Tillgängligt on demand	51	120	143	254
Totalt	107	217	305	696
Max tillgänglig on demand 30 %	-	-	-	147
Ny total	-	-	-	589
Krav (andel av svenska)	88	170	248	488

Nytt beslut från 2017



Smaker från Sápmi Foto: Lillasyster

na tillgängliggöra snabba dialoger, i exempelvis politiska debatter.

Urvalet görs brett så att publiken kan ta del av den bredd av program som SVT erbjuder.

Tolkningen görs i första hand av produktioner som drivs av dialog och tal, till exempel partiledardebatter, *Almedalen* och *Agenda*, men SVT väljer också att teckenspråkstolka populära produktioner som *Vår tid är nu*, *Melodifestivalen* och *Mästarnas mästare*. Likaså teckentolkades barnprogram som *Julkalendern* och *Bilakuten*. SVT tillgängliggör teckenspråkstolkningen genom parallellsändning i antingen broadcast eller online, samt att programmen görs tillgängliga on demand i SVT Play. Liksom syntolkningen dubblerades volymen teckenspråkstolkade program under 2017. SVT sände 16 280 timmar svenska program under 2017. Kravet för 2017 är att 3 procent ska teckenspråkstolkas vilket motsvarar

488 timmar. SVT har totalt tillgängliggjort 696 timmar teckentolkning, men eftersom det endast är 30 procent av kravet på syntolkning (147 timmar av 488 timmar) som får tillgodoräknas, så blir summan 589 timmar.

Hörbarhet

Att kunna uppfatta vad som sägs i ett program är inte alltid en självklarhet. SVT jobbar aktivt med att bevaka och främja ljud- och hörbarhetsfrågorna i programarbetet.

Hörbarhetspolicyen uppdaterades 2017 och där anges att *SVT ska ha ett genombrottande ljud med god hörbarhet*. Hörbarhetsarbetet är grundläggande för att utbudet skall vara tillgängligt för alla och att publiken, oavsett förutsättningar, skall kunna ta del av vårt utbud.

Hörbarhetsarbetet består av tre viktiga punkter som tillsammans utgör en helhet.

- Information. Teknisk specifikation, information till ljudtekniker och ljudmixare (internt och externt arbete samt policy). Utbildning av projektledare.
- Teknisk kontroll i Mediecenter och leveranskontroll i Leveranscenter.
- Återkoppling av information till programansvariga om tittarna och deras uppfattning av programmen.

Alla program som levereras till SVT kontrolleras i flera steg. Ljud- och bildkvalité undersöks. Kontroll sker för att säkerställa att undertext och i de fall syntolkning och teckenspråkstolkning är aktuellt, är i synk och fungerar. SVT har tydliga specifikationer och höga krav på programmen som levereras. Sedan 2011 finns också en stödgrupp för programverksamheten och i gruppen ingår ljud experter, ljudteknisk support och leveranscenter. Det genomförs regelbundna uppföljningar och rapporter om hur ljudarbetet

genomförs i praktiken. Vid behov förs även en dialog med tittarna.

Uppläst textremsa

Uppläst textremsa är en teknisk tjänst där en syntetisk röst läser upp översättningstexten. Tjänsten är främst ett hjälpmittel för synskadade som har svårt att läsa textremsan på utländska program. Uppläsningen sker simultant med textningen i SVT:s samtliga kanaler som sänds över marknätet. Från och med 2017 fungerar uppläst text även i simultansändningarna över internet. Däremot fungerar inte denna tjänst för sändningarna över satellit då det ännu saknas tekniska förutsättningar. Ett utvecklingsarbete pågår och tjänsten beräknas fungera någon gång under 2018.

Webb

Gällande SVT Play så har utvecklingsarbete kontinuerligt skett under 2017 vilket bland annat inneburit att det nu finns uppläst text tillgänglig i de sända kanalerna på SVT Play. Den upplästa texten läses med syntetisk röst och finns tillgänglig på webb och i appar.

Tillgänglighetstjänsterna är nu taggade och därmed sökbara, oavsett plattform och sökbarheten har förbättrats när det gäller möjligheterna att hitta det syntolkade och teckenspråkiga innehållet på alla plattformar där SVT Play finns.

Barnkanalen har stöd i Barnplay för minoritetsspråk, syntolkade och teckenspråkstolkade program. Dessa program samlas under egna kategorier. Användaren kan enkelt se en lista över de program som man senast tittade på och även få rekommendationer för program i samma kategori, till exempel syntolkade program för den som sett syntolkat material.

Utvecklingsarbetet med SVT Play sker i samråd med experter och användare med egen funktionsvariation. Ett brukarråd har hållits. SVT har fortsatt samarbetet med Funka för att ytterligare

höja kunskapen om tillgänglighet och göra tjänsterna bättre.

Särskilda målgrupper

Enligt den möjlighet som public servicebolagen har att fördela olika insatser gällande program om och för personer med funktionsvariationer har SVT ett utbud som riktar sig till en döv publik, det vill säga personer födda döva eller som blivit döva tidigt i livet. Under 2017 har SVT sändt en särskild nyhetssändning på lätt svenska som varje vardag vänder sig till dem som av olika anledningar har svårt att följa med i vanliga nyhetssändningars språk och tempo. Sveriges Radio har sändt programserien *Klartext*, ett nyhetsprogram på lätt svenska. UR har sändt serien *Läsa med* som bland annat riktar sig till grundsärskolan.

7.6 MINORITETSSPRÅK

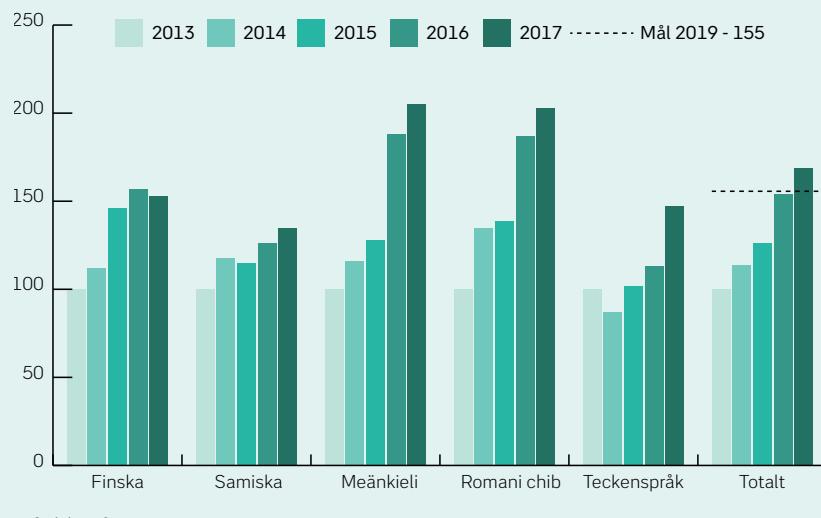
Sedan slutet av 1970-talet har SVT:s sändningstillstånd innehållit formuleringar som reglerar utbudet för språkliga minoriteter. Enligt nuvarande sändningstillstånd ska programföretagens insatser på detta område öka. SVT avser

att med utgångspunkt i den överenskommelse som finns mellan public servicebolagen avseende minoritetsspråksutbudet, stärka minoritetsspråksutbudet sett både till kvantitet och kvalitet. SVT har en viktig roll för teckenspråket och de nationella minoritetsspråkens utveckling och kultur.

Program på finska, samiska, meänkieli, romani chib, svenska teckenspråk och jiddisch

Skrivningarna i sändningstillståndet fastslår att det totala utbudet för alla minoritetsspråk sammantaget alla programbolagen ska öka betydligt under tillståndsperioden. Eftersom det är både felaktigt och ogörligt att jämföra en radiotimme från Sveriges Radio med en tv-timme från SVT eller en från UR har bolagen valt att skapa ett gemensamt index för att beskriva utvecklingen. Sända timmar per språk och programbolag 2013 utgör basen index 100. Därefter görs en genomsnittlig sammanräkning som utgår från respektive programbolags förändring av utbudet och som redovisas nedan (se vidare bilaga 2). Den gemensamma målsättningen för bolagen är att den sammantagna

7.6.1 Utveckling av minoritetsspråk, sammantaget alla bolag, index



ökningen till 2019 ska uppgå till index 155 vilket också bolagen anser vara en betydande ökning. Det kommer att förekomma variationer mellan åren men målet är tydligt. Indexet för 2017 uppgick till 169.

Utöver denna sammantagna redovisning så redovisar respektive bolag utvecklingen var för sig. Övergripande inriktning för SVT inom minoritetspräksutbudet 2017 har präglats av ambitionen att kvalitetsförbättra utbudet med målsättningen att nå majoritetsbefolkningen med minoritetsspråksutbudet och att minoritetsspråksprogrammen ska vara en del av det allmänna samtalet om SVT:s utbud. De nationella minoriteterna och deras språk ska vara en självklar del i det svenska samhället.

Exempel på detta är program som *Bastubaletten 2*, *Smaker från Sápmi*, *Studio Sápmi*, *Motorgalen* och *Med hjärtat i Kurkkio*. Dessa program har alla syftat till att bidra till ett samtal om minoritetsfrågor och nyfikenhet om minoritetsspråken med syfte att få mänskor att vilja använda sitt språk och för att göra utbudet mer märkbart för en bred publik.

Samerna är den enda etniska gruppen inom Europeiska unionens område som betraktas som ursprungsbefolkning och

har i egenskap av detta en särställning (prop. 1976/77:80) som ett folk. SVT har ett stort ansvar när det gäller den samiska kulturens överlevnad och har en viktig roll när det gäller att vårdar och utveckla det samiska språket. Det samiska programutbudet har två huvudmål. Dels att realisera ett rikstäckande och brett samiskt utbud för alla samiska målgrupper. Dels att vara den ledande leverantören och förmedlare av samiskt och urfolksrelaterat programinnehåll.

SVT har ökat sitt minoritetsspråksutbud inom samiska, finska, romani chib, meänkieli samt det teckenspråkiga utbudet. Sammantaget har de totala sändningarna på minoritetsspråk ökat från 559 timmar 2013 till 805 timmar 2017. Enligt bolagsöverenskommelsen med övriga public servicebolag, sänder SVT nyheter på finska, samiska och teckenspråk på vardagar. Sveriges Radio sänder nyhetsprogram på romani chib och meänkieli. SVT har versionerat aktualitetsprogrammet *Sverige idag* på meänkieli och romani chib.

I samband med sametingsvalet i maj sändes partiledardebatter, valvaka och sedan en presentation kring valutgången. SVT direktsände också Sametingets invigning i Östersund. Det samiska 100-års-jubileet i Trondheim uppmärk-

sammades i SVT. En sammanfattningsav det samiska nyhetsåret gjordes i SVT Sápmis årskronika 2017.

Med målgrupp i en bred publik ville SVT uppmärksamma den samiska maten vilken lyftes fram i programserien *Smaker från Sápmi*, där publiken fick följa fyra samiska kockar och ta del av deras arbete och hur de förvaltar och förädlar den samiska matkonsten. SVT uppmärksammade också de samiska kyrkdagarna i Arvidsjaur där flera av de olika samiska dialekterna hördes.

Den 6 december firade Finland 100 år som självständig stat, ett firande som SVT uppmärksammade genom dokumentärer, naturprogram, konserter och en roadmovie för att visa upp Sveriges östliga grannland.

Programserierna *Motorgalen* och *Med hjärtat i Kurkkio* speglade dels ungdomar i Tornedalen och deras intresse för motorer, dels författaren Åsa Larsson som återvänder till sin barnomsby med viljan att lära sig meänkieli och för att återuppleva Tornedalskulturen.

I den teckenspråkiga dokumentärsenien *Hockeylaget* fick publiken följa division 5-laget Hephaata Hockey inför deras kanske största utmaning någonsin, att kämpa sig tillbaka upp i serien

7.6.2 Minoritetsspråk i SVT, timmar

2017

Målgrupp	Finska		Samiska		Meänkieli		Romani chib		Teckenspråk		Summa
	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	
Vuxna	109	283	68	120	7	27	12	30	57	137	597
Barn 3-11	15	45	12	21	8	11	5	6	10	41	123
Unga 12-19	7	20	2	4	6	14	9	25	9	23	85
Totalt	131	348	82	145	21	51	27	60	76	201	805

2013

Målgrupp	Finska		Samiska		Meänkieli		Romani chib		Teckenspråk		Summa
	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	
Vuxna	98	278	52	57	1	7	4	20	51	69	431
Barn 3-11	9	36	9	27	2	10	1	3	11	43	119
Unga 12-19	-	-	-	-	-	-	-	-	3	9	9
Totalt	107	314	61	84	3	17	5	23	65	121	559

från den sistaplacering som blev resultatet förra säsongen.

Tillsammans med sin ledsagare Julia går Anna "Ay" ombord på en lyxbåt för att kryssa i Västindien tillsammans med resenärer från hela världen. Ett hundratal av dessa är liksom Ay dövblinda, men tecknar amerikanskt teckenspråk, något som Ay ängslas över att använda då hon inte behärskar språket. I serien *Ays resa* följer vi Annas förberedelser inför resan, ombord på kryssningen och hemkomsten.

SVT sände dansföreställningen *Perfektion* med Riksteaterns Tyst Teater. I dansföreställningen utforskar tre kvinnliga dansare, en ung döv, en pensionerad hörande samt en dövblind rullstolsbunden dansare frågeställningar tillsammans med en färgstark regissör.

Minoritetsspråksnyheter sänds samliga vardagar. Olika redaktionella satsningar har gjorts. *Nyhetstecken* har bland annat bevakat valet av ny ordförande i Sveriges Dövas riksförbund. Omvärldsnyheter med särskilt intresse för målgruppen har också varit ett viktigt uppdrag.

Girjas sameby lämnade 2009 in en stämningsansökan mot svenska staten till tingsrätten för att få prövat vem som har rätten att förvalta småvilstjakten och fisket på samebyns betesområde i fjället. I maj 2015 startade förhandlingarna i Gällivare tingsrätt och den 3 februari 2016 kom domen där Girjas sameby vann mot staten, därefter överklagade staten detta till hovrätten och dena rättegång hölls i slutet på 2017. *Oððasat* har kontinuerligt bevakat hela processen.

SVT:s finskspråkiga nyheter *Uutiset* har bevakat sverigefinska kärnämnen som exempelvis rätten till skolgång på finska. *Uutiset* följe upp nyheten om att Göteborgs sverigefinska skola lades ned i slutet av 2016. I slutet av 2017 kunde *Uutiset* rapportera att några av de omplacerade eleverna hade förbjudits att prata finska i sin nya svenskspråkiga skola.

En programserie med historia som utgångspunkt var *Brevet till farmor*. I en tågvagn på väg till Auschwitz lovade skådespelaren Vanna Rosenbergs farmor och farfar varandra att om de överlevde skulle de söka efter varandra i två år. I dokumentärserien fick publiken följa Vannas resa till Polen där hennes farmor växte upp under andra världskriget. Det blev ett möte med farmors historia och hennes språk jiddisch.

Barn och unga

Utbudet riktat till barn och unga har ökat i samtliga språk. Barnprogrammen på meänkieli är ett exempel på hur SVT har utvecklat befintliga titlar. Programmet *Fieteri* fick ny inriktning 2014 där reportage med barn är huvudingrediens i programmen. Barnprogrammet heter nu *Challenge club* och är ett lekprogram för att locka fram de yngstas nyfikenhet till språket meänkieli. SVT har under året fortsatt utveckla webbsidan för barnutbudet på meänkieli som lanserades i januari 2016. Webbsidan erbjuder ett varierat innehåll, bland annat språklekar för att bjuda in nya barn som inte behärskar språket ännu.

Barnprogrammen på romani chib fortsätter att utvecklas. Ett exempel på detta är serien *Tjena Chavale* där programledaren Virginia Andrasz utmanas av tre barn som utforskar språket.

Gällande de samiska barnprogrammen har SVT fortsatt utveckla *Hejolojla* och de språklekar som programmet bygger på. Genom ramsor och visuella lekar lär sig barnen de samiska bokstäverna och ord. Allt samlas på webbplatsen barnkanalen.se och ska bilda ett stort bibliotek för de som vill bekanta sig med de samiska språken. För de lite äldre barnen sänds serien *Indogas* där tittarna får följa barn då de utifrån sina intressen provar på nya aktiviteter.

För de teckenspråkiga barnen sändes bland annat serien *Armar och tarmar* där barn fick fundera över hur vår kropp fungerar, inte minst jämfört med olika

djur. Kroppen var också utgångspunkt i serien *Gympa med Matilda* där barnen uppmuntrades till att röra på sig och göra roliga saker tillsammans genom olika lekar.

För de lite äldre teckenspråkiga barnen sändes serien *Momos Kina*. Momo är nyfiken, aktiv och pratsam. Hon är adopterad från Kina av sina döva svenska föräldrar som är skådespelare. Programmet besöker Kina och ser det genom Momos ögon och med hennes erfarenheter, intressen och kunskaper. För samma målgrupp sändes serien *Bästa platsen* där barn fick berätta om sina favoritplatser och publiken fick följa med till slott och grottor. Barnen letade dinosauriespår i skogen och spanade efter tumlare i havet. Ytterligare en undersökande programserie var *Smutsiga jobb* där frågan var: Finns det smutsiga jobb fortfarande?

För en ung teckenspråkig publik sändes bland annat serien *Asså allvar* där ungdomar samtalade om ämnen som de tycker är angelägna, exempelvis sex, relationer, självförtroende, jämlikhet och kränkningar. En annan serie utspelade sig i fjällen där de teckenspråkiga vänerna Fanny och Leila gav sig ut på skoteräventyr. Den 6 oktober 2017 ordnade Sveriges Dövas Ungdom en talangshow på Intiman i Stockholm där 31 deltagare från hela Europa deltog. SVT träffade deltagarna som tävlade i poesi, trolleri, dans, teater, akrobatik och massor av andra konstformer. SVT spelade in hela tävlingen som sedan sändes i programmet *European talentshow*.

För ungdomar som talar meänkieli sändes talkshowen *Konkkaronkka* där tre unga röster med rötter i Tornedalen pratade om viktiga livsfrågor och meänkielikultur. I serien *Min Squad* fick tittarna följa olika ungdomar som själva videobloggade om sin vardag av en kamera. Ungdomsserien har sänts på samiska, meänkieli, finska och romani.

I serien *Jenni möter*, medverkar bland annat programledaren Jenni Acar, som

fann sitt namn i polisens så kallade romregister. I programmen möter Jenni olika mäniskor med syfte att inspirera unga romer i dag.

Även det finskspråkiga utbudet har program som riktar sig till en yngre publik. I serien *Musikkollot* deltar åtta sverigefinska barn i ett musikkollo för att lära sig mer om musik. Alla fick skriva sin egen låt tillsammans med en musikproducent och samtidigt leva ett vanligt sommarlägerliv med sina nya vänner och träna på finska.

Program på andra minoritetsspråk

Enligt bolagsöverenskommelsen så har SR ett större ansvar gällande specialanpassat utbud på minoritetsspråk som inte är nationella minoritetsspråk. Utöver detta har SVT sändt program på 35 olika språk under 2017.

SVT har utifrån sändningstillståndet fokuserat på ett antal övergripande mål som operationaliseras på ett sätt som beskrivits ovan. Därmed anser SVT att kraven i sändningstillståndet uppfyllts.

7.7 Utomståndes medverkan och andra samarbeten, mkr

Medverkande och programanställda

Mkr	2014	2015	2016	2017
Arvoden	189,8	206,3	228,5	165,3
Programanställda	52,8	63,6	72,6	63,6
Summa	242,6	269,9	301,1	228,9

Andra slags produktionssamarbeten

Svenska	2014	2015	2016	2017
Produktionsutläggningar	322,8	328,2	382,7	441,1
Samproduktioner	279,7	249,8	180,0	187,9
Förvärv	111,4	154,3	120,7	149,0
Summa	713,9	732,3	683,4	778,0
Utländska	2014	2015	2016	2017
Produktionsutläggningar	2,3	7,0	6,9	3,7
Samproduktioner	12,7	4,3	7,3	1,7
Förvärv	230,5	234,4	239,1	234,7
Summa	245,5	245,7	253,3	240,1
	2014	2015	2016	2017
SFI	43,3	44,2	44,8	0,0
STIM, IFPI/Sami, NCB	91,7	98,0	95,2	87,3
Summa	135,0	142,2	140,0	87,3
Totalt	1 337,0	1 390,1	1 377,8	1 334,3

7.7 VARIATION I PRODUKTIONSFÖRMLER

Produktion

SVT arbetar med fyra huvudgrupperingar av utbudet: egenproduktion, produktionsutläggning, samproduktion och inköpta program (förvärv av visningsrätter). Volymmässigt utgörs den största delen av SVTs förstasända utbud av egenproduktion, främst nyheter och SVT Forum som produceras inom företaget. Under 2017 var 59 procent av SVTs förstasända utbud egenproducerat. Utländska inköp stod för ytterligare 30 procent. Produktionsutläggningar och samproduktioner och svenska förvärv svarade för drygt 11 procent av utbudet i SVT. Detta är mycket små skillnader jämfört med 2016.

Analys av utläggningsgrader görs i linje med EU-regleringen på området normalt utifrån den del av produktionen

där alternativ till egenproduktion regelmässigt förekommer, den så kallade allmänproduktionen (se definition kapitel 7.1). Sammanlagt 1 874 timmar av det totala utbudet räknas som allmänproduktion och av dessa producerades 33 procent i samarbete med eller inköpt av utomstående svensk producent, en liten minskning andelsmässigt jämfört med 2016. Inom fiktion och drama, underhållning och fritidsfakta svarar utomstående produktionsbolag för en mycket stor del av produktionen. Även dokumentärer i olika genrer utförs i de flesta fall av externa producenter.

Utomstående medverkan och andra samarbeten

Sedan flera år tillbaka har SVT ökat antalet utläggningar och samproduktioner. Det svenska dramat får allt större uppmärksamhet i världen och intresset för

den svenska produktionen blir allt större. Det har medfört att dessa samarbeten ökar samtidigt som en något högre andel av SVTs produktion, inom många programkategorier, läggs ut på produktionsbolag.

Tabellen ovan visar på SVTs kostnader som går direkt till utomstående enskilda personer eller produktionsbolag. Under de senaste åren har denna del konsekvent ökat vilket också har varit ett av SVTs mål. Under 2017 har kostnaden ökat något om man tar hänsyn till att SVT inte längre betalar ett fast bidrag till Svenska Filminstitutet, se kapitel 7.3. Ökningen gäller främst produktionsutläggningar och svenska förvärv. Det innebär med automatik att SVTs kostnader för medverkan minskar då dessa uppstår hos produktionsbolagen istället. Variationer mellan åren kan och får förekomma men samarbetena ska på sikt öka.



Gatans kör Foto: Janne Danielsson/SVT

7.8 FOLKBILDNING

SVT når det stora flertalet medborgare med program som berikar och inspirerar till ny kunskap. Utifrån uppdraget att oberoende sprida kunskap och vara en referenspunkt i en föränderlig värld, producerar SVT ett stort antal program med kunskapsrelaterat material. Public service ger publiken möjligheter att orientera sig i samhället och möjliggör till nya insikter och kunskaper. Ämnesområden som religion, historia, natur och kultur återfinns kontinuerligt i SVT:s utbud. Här finns program som omfattar långa historiska tidslinjer men också andra program som skildrar vår samtid. SVT tillhandahåller ett brett programutbud inom många olika gener. SVT är en del av den pågående medieutvecklingen och menar att folkbildning och demokratiuppdraget i framtiden inte kan vara knutet till ett

visst distributionssätt. Public service fyller ett viktigt folkbildningsuppdag på internet och är i dag ensamt om kravet att erbjuda opartisk, oberoende granskade nyheter på webben.

Demokratin behöver informerade medborgare. Traditionella medier spelat en viktig roll för att människor ska kunna ta del av politiken och göra viktiga val. Samtidigt blir internet en allt viktigare informationskälla. I en digitalisering och fragmentiserad informationsvärld är kunskapslyftor en reell utmaning då den information som presenteras i större utsträckning är filtrerad. Det finns också en ökad risk att människor väljer ett fåtal nyhetskällor som passar just deras åsikter. Många olika faktorer spelar roll i valet av informationskälla. Det är belagt i forskning att public service bidrar till en ökad kunskapsnivå i samhället.

Public service roll aktualiseras också av

det ökande informationsöverflödet och desinformationen på nätet. Propaganda och falsk information sprids i digitala och sociala medier och det blir svårare för medborgarna att sätta in vad som faktiskt är sant och falskt.

SVT vill verka för att kunskapsprogram blir en angelägenhet för det stora flertalet medborgare. Det bildande uppdraget hos public service-bolagen syftar att stärka demokratin och humanism, att sprida kunskap och vara en referenspunkt i en föränderlig värld. Grunden för SVT:s folkbildande utbud utgörs av nyhets- och samhällsprogram samt olika fakta-, kultur- och vetenskapsprogram. SVT har en mångfald av nyhetsprogram samt olika granskande och fördjupande samhällsprogram med information av folkbildande karaktär. Här kan nämnas *Aktuellt*, *Agenda* och *Dokument utifrån/inifrån*. SVT har en omfat-



Trädgårdstider Foto: Max Tellving, SVT

tande omvärldsbevakning inte minst genom företagets utrikeskorrespondenter. Deras rapporter syns i den dagliga nyhetsrapporteringen, men i exempelvis programmet *Korrespondenterna* erbjuds en ytterligare fördjupad bild av en ibland komplicerad omvärld.

Var sjätte timme tar en mänsklig sitt liv i Sverige. Trots att det är så vanligt och berör så många talar vi sällan om det. I dokumentärserien *30 liv i veckan* förmedlades kunskap och erfarenheter då det gäller självmord. Exempelvis belystes frågan om varför 70 % av alla självmord i Sverige genomförs av män. Varför är det så många fler män än kvinnor? Hur kan omgivningen tyda allvarliga tecken? I anslutning till en del av SVT:s kunskapsutbud mäts kunskapsseffekter hos publiken. 50 procent av seriens publik uppgav att deras de fick ny kunskap och ökad medvetenhet om psykisk ohälsa och självmord. Över 60 pro-

cent uppgav att serien hade ett personligt värde för dem och 70 procent ansåg att serien hade samhällelig nytta.

Ett allt mer aktuellt område gäller medie- och informationskunnighet. I takt med digitaliseringen och medieutvecklingen så finns ett stort behov av kunskap om detta område, både för barn och vuxna. Barnprogram som exempelvis *Mixat* och *Random Mix* tar lopplande upp frågor om hur barn ska förstå både hur de bör uppföra sig online, vad de har för rättigheter, vad som är ett brott, hur algoritmer fungerar och vad filterbubblor är. *Lilla Aktuellt* återkommer med jämna mellanrum med olika vinklar i ämnet. Ett exempel är *Lilla Aktuellt Kollen* som är en app där användarna dagligen svarar på frågor kring nyheter och annat målgruppsriktat innehåll. Genom appen får användarna dela kunskaper, åsikter och känslor både med varandra och med redaktionen.

Resultaten redovisas dagligen i tv-programmet i någon form och används ofta som underlag när redaktionen planerar och producerar sitt innehåll. Genom den dagliga interaktionen i appen får användarna information om aktuella händelser, de får öva sin förmåga att ta ställning/värdera olika frågor utifrån egen erfarenhet/förmåga och de har också möjligheten att jämföra sina svar.

Den viktigaste insatsen gällande medie- och informationskunnighet för den äldre publiken sker i nyhetsprogrammen som bevakar dessa frågor löpande.

Med syfte att för en bred publik lyfta vetenskap och kunskapstörst, har SVT förnyat det klassiska programmet *Fråga Lund*. Kristian Luuk leder programmet där en fysiker, en biolog, en historiker, en psykolog och en läkare svarar på publikens inskickade frågor ur ett vetenskapligt perspektiv. Ett annat program

som bygger på frågor är *Kulturfrågan Kontrapunkt*, en frågesport med klassisk bildning som grund inom musik, litteratur och konst.

SVT:s fritids- och faktautbud ska sprida inspiration och kunskap som är relevant och engagerande för en stor del av publiken. Inom fritidsområdet gäller det främst inom de stora breda fritidstressena: mat, bygg och inredning, trädgård, djur och natur, hälsa och träning samt resor. Området byggs upp av inarbeitade återkommande titlar, reportage och inslag i magasinsprogram som *Go'kväll* samt enstaka programserier.

Serien *Bye Bye Sverige* handlar om den stora svenska emigrationen mellan 1850 och 1910 då många svenskar lämnade Sverige. Med underhållningens hjälp fick publiken en inblick fyra människors liv under utvandartiden och följa dem då de reste till det nya landet Amerika.

Programmen och profilerna inom fritid- och faktautbudet får kontinuerligt mycket höga betyg av publiken i de halvårsvisa publikundersökningarna som genomförs. Speciellt *Mitt i naturen* och *Vetenskapens värld* utmärker sig som ständigt återkommande på listan över de mest högkvalitativa och uppskattade, tätt följa av *Fråga doktorn*, *Antikrundan* och *Plus*.

Enligt den attitydundersökning som SVT gjort 2017 angav 81 procent att de tyckte att SVT har program som ger kunskaper och insikter vilket måste ses som en mycket hög siffra.

7.9 SVT:S SAMLANDE ROLL

SVT ska erbjuda ett brett utbud av upplevelser, något för alla. I det rika programutbudet kan många svenskar finna något som berör just deras specialintresse. Men det ska också finnas program som är intressanta, underhållande och erbjuder förströelse för många.

De breda och populära programmen som SVT sänder ger människor gemensamma referensramar. Det är tv-upple-

velser som engagerar och diskuteras i skolan, på jobbet, på gymmet eller i vän- tan på bussen.

I dag dyker nya, framför allt internationella, tv-tjänster upp och programmängden och mångfalden ökar. Det är en positiv utveckling på så sätt att alla kan finna något som tilltalar just dem. Men det diversifierade medielandskapsat gör också att vi får ett segmenterat mediebeteende där mänskor i allt större utsträckning lever i olika världar. De gemensamma upplevelserna blir färre.

Därför är de breda tv-programmen som samlar en stor del av befolkningen viktiga. De bidrar till sammanhållningen i landet. De gör också att SVT blir en gemensam arena, en plattform för ett demokratiskt samtal. Det bidrar även till att fler ser mindre kända program, eller program om smalare områden och att så många vänder sig till SVT när samhället sätts på prov.

Med både nya och väletablerade artister lockar *Allsång på Skansen* mänskor till både Skansen och tv-soffan under juli och augusti. *Melodifestivalen* blev en publiksuccé även detta år och lockade över tre miljoner tittare sex lördagar i rad. Publikn fick ta del av mycket skiftande musiktyper, från jojk till pop och både nya, oprövade artister och folkkära sådana. Program som *Allt för Sverige*, *Mästarnas Mästare* och *På Spåret* har både roat, engagerat och folkbildat under året.

Under 2017 har flera uppskattade humorprogram återvänt, som *Uti bögda*, *Trettiplus* och *Grotesco*. Det senare programmets satir över 2015 års flyktingkris mötte stor uppmärksamhet och uppskattning.

SVT Sport levererar dagligen sportnyheter till långt över en miljon tittare i tv. Via nyhetsverksamheten satte SVT Sport under 2017 fokus på några av idrottens mest komplexa och omdebatterade frågor: idrottsslöner och föräldrahet. I samband med granskningen av

föräldrahets skapades ett stort engagemang i Sverige och många bidrog till SVT Sports journalistik genom egna berättelser.

I reportageserien *Sverigeresan*, som sändes i *Sportspeglern* under sommaren, speglades det breda idrottssverige. Via serien fick publiken ta del av ett idrottsverige långt från eliten, där små byar, mindre sporter, annorlunda idrottsföreteelser och starka eldsjälar lyftes fram.

Under året visades också serien *Regnbågshjältar*, en serie i fem delar som undersökte hur det är att komma ut som homosexuell i idrottsvärlden. Programmet rönte stor uppmärksamhet både i Sverige och utomlands.

Traditionenligt gick *SM-veckan* av stapeln i början på juli, detta år i Borås och vinterupplagen hölls i Söderhamn. Rekordmånga sporter deltog under veckorna som bevakades både live och i sammandragsform. SM-veckan är i dag Sveriges tredje populäraste idrottsevenemang och en möjlighet för inte minst små sporter att nå en bred publik.

Under perioden 16 juli till 6 augusti sände SVT Europamästerskapet i fotboll för damer. Intresset för mästerskapet blev stort och i snitt såg en tittare nästan tre timmar från evenemanget. Det största sportevenemanget i Sverige under året var EM i ridsport och tävlingarna sändes direkt i SVT.

Under hösten lanserades *Sportstudion*. Programmet sänds på söndagar och ambitionen är att skapa en större tv-upplevelse kring nischade sporter genom att sampaketera sporterna via en gemensam studio som också har nyhetsinriktning. En av sporterna som sänds inom ramen för Sportstudion är damallsvenskan i fotboll. Sändningarna från Sportstudion och damallsvenskan har visat att det finns ett stort intresse för damidrott och tittarsiffrorna hos SVT har varit större än sändningar med liknande herridrott i andra kanaler.

Under senhösten började SVT också sända från världens bästa hockeyliga,

NHL, via formatet *Månadens match*. Inte sedan 1989 har SVT sändt matcher från NHL där i stort sett alla av Sveriges absolut bästa spelare finns. Sändningarna har rönt stor uppskattning och fängat en yngre publik som har stort intresse för NHL.

Under våren vidgade det klassiska programmet *Lilla Sportspeglar* sina vyer och livesände för första gången någonsin ungdomssport i Barnkanalen. Det bjöds på allt från Ungdomsvasan till ungdoms-SM i truppgymnastik, ungdoms-SM i bordtennis och löpning i Lilja varvet.

7.10 MÖTEN OCH DIALOGER

Sedan 2007 har funktionsrättsrörelsen tillsammans med SVT, Sveriges Radio och UR anordnat en årlig konferens med syftet att inspirera till bättre inkludering av personer med funktionsvariationer i public service samt ge möjlighet till ett gemensamt kunskaps- och erfarenhetsutbyte mellan public service-bo-lagen, representanter från Funktionsrätt Sverige, Lika Unika samt alla med kompetens eller intresse i frågor om tillgänglighet, likabehandling och demokrati.

Under hösten 2017 hölls ett seminarium på temat Val 2018. Seminariet berörde frågor om det kommande riks-dagsvalet 2018: Valet, hela Sverige och tillgängligheten. Medverkade gjorde bland annat Emily Munthén, debattör och aktiv i Riksföreningen Grunden, Olle Wästberg, politiker, publicist och Amanda Lindberg, Förbundet Sveriges Dövblinda. Seminariedagen avslutades med en diskussion mellan Maria Johansson, ordförande Lika Unika, Lars Ohly, ordförande Funktionsrätt Sverige, Cilla Benkö, vd Sveriges Radio, Christel Tholse Willers, vd UR samt Hanna Stjärne, vd SVT.

Under 2017 har SVT fortsatt skapa intressentdialoger med minoritets-språksorganisationerna. Dessa dialoger

utgår från det krav som finns i sändningstillståndet och syftar främst att föra en diskussion om förbättringsområden samt utvecklingen och framtida behov för respektive språkgrupp. SVT träffade bland annat ansvariga på Romskt informations- och kunskapscenter (RIKC), en verksamhet inom Malmö stad som har ett kommunövergripande uppdrag att öka romsk delaktighet i samhället. Därutöver har SVT träffat representanter för Sverigefinska Riksförbundet, Sametinget och Judiska Centralrådet.

SVT har haft möte med Sveriges Dövas Riksförbund där stort utrymme gavs att diskutera SVT:s teckenspråkiga bevakning av terrorattacken i Stockholm fredagen 7 april.

SVT närvarade med programansvariga på Dövas dag i Jönköping och Dövas Riksförbunds kongress i Sollentuna för dialog med den teckenspråkiga publiken.

Utvecklingen av tillgänglighetstjänster på webben är en utmaning där det är av stor vikt att ha kontakt med olika brukare för att exempelvis stämma av användbarhet och tillgänglighet. Därför hölls återigen ett brukarmöte med representanter från Synskadades Riksförbund, Unga med Synnedsättning, Hörselskadades Riksförbund, Unga Hörselskadade, Förbundet Sveriges Dövblinda, Sveriges Dövas Ungdomsförbund, samt Dyslexisförbundet. SVT har också träffat Myndigheten för delaktighet för att tala om utvecklingen av tillgänglighets-tjänster.

Den digitala utvecklingen innebär olika utmaningar. En berör så kallade falska nyheter och behovet av ökad kunskap om källkritik och hur man orienterar sig i digitala medier. Inom skolvärlden benämns området MIK (medie- och informationskunnighet). Public service har en viktig roll inom detta ämne och SVT har under året träffat ett antal intressenter för att diskutera MIK. Bland annat har samtal förts med Internetstif-

telsen i Sverige, Skolverket och Barnombudsmannen.

En temadag om det fria ordet arrangerades första gången i Växjö under 2017 och var ett samarbete mellan P4 Kronoberg, SVT Nyheter Småland och Smålandsposten. Hur gör du för att ta reda på om något är sant? Är det viktigt att veta vad som händer? Hur konsumeras nyheter? Får du reda på det som händer? Får man säga vad som helst? Detta var några av de frågor som temadagen om medier och källkritik innehöll. Dagen bestod av aktiviteter och information om medier och yttrandefrihet med målet att alla elever i årskurs 6 skulle lära sig mer om hur radio, tv och tidningar jobbar samt att fria medier inte är någon självklarhet utan något varje land och generation måste slå vakt om. Temadagen ville visa vilken betydelse den etablerade journalistiken har för demokratin och ett fritt samhälle samt att manifestera de lokala medierna i Kronobergs län. Ytterligare temadagar enligt liknande upplägg och innehåll planeras under 2018.

Under året har SVT också bjudit in till olika seminarier och konferenser.

SVT sände under våren dokumentarserien *30 liv i veckan* där Anne Lundberg och Sofia Helin mötte personer som på olika sätt berörts av självmord. I programmet medverkade även experter med syfte att öka kunskapen kring självmord. I samband med programseriens sändning, arrangerade SVT tillsammans med Unga Klara i Stockholm ett panelsamtal med rubriken: Hur kan vi tillsammans arbeta för att minska antalet självmord bland unga?

Frågor om så kallade falska nyheter och desinformation har dominerat samhälls- och mediedebatten under året. Påverkanskampanjer hittar nya former och medierna riskerar att bli redskap för dem som vill påverka den svenska demokratin. SVT bjöd in medier, myndigheter och intresseorganisationer till ett seminarium för att diskutera dessa frå-



Mästarnas mästare Foto: Janne Danielsson/SVT

gor. De traditionella medierna har högt förtroende, men vad händer när påverkanskampanjer från okända avsändare och med oklara eller antidemokratiska syften blir vanligare? Vilken försvars kraft har samhället om invånarnas tillit minskar? En annan programpunkt på seminariet berörde informationssäkerhet och cybersäkerhet. IT-systemen är nödvändiga både för att producera innehåll och för att göra det tillgängligt. Medier har visat sig vara utsatta och på många sätt sårbara för välplanerade IT-attacker.

Med anledning av att arbetet med SVT:s nästa sändningstillstånd påbörjades så har SVT haft ambitionen att belysa ett antal viktiga framtidsfrågor för public service. Det har gjorts inom ramen för ett antal seminarier som hölls

under våren. Syftet har varit att fördjupa diskussionen om framtidens komplexa och föränderliga mediemarknad och om public service. SVT:s roll på internet är avgörande inför framtiden. Här finns frågor som berör hur SVT kan agera på sociala plattformar och med digitala tjänster. Dessa frågor var i fokus då SVT bjöd in till ett samtal i Kulturhuset, Stockholm. Medverkade gjorde Jonas Andersson Schwarz, Södertörns högskola, Jonas Nordling, SJF, Madeleine Thor, IRM, Pia Rehnquist, Sydsvenskan/HD, Hans Lindeberg, Östersunds-posten samt Hanna Stjärne, SVT.

Oberoendet är en fundamental förutsättning för public service, men vi ser runtom i Europa hur det kan angripas av politiska krafter. SVT bjöd in till ett seminarium om hur man kan framtids-

säkra svensk public service och stärka oberoendet. Med utgångspunkt i statsvetenskapliga och juridiska perspektiv, diskuterades frågan genom att belysa oberoendet för exempelvis Riksrevisionen, Riksbanken, högskolan och rättssystemet. Medverkade gjorde bland annat Shirin Ahlbäck-Öberg, docent och universitetslektor, Uppsala universitet och Niklas Schüllerqvist, rådman och utredningssekreterare Riksbankskommittén.

Public service framtida finansiering har utretts inom ramen för public serviceutredningen. Ett betänkande presenterades under hösten och SVT gav i samband med detta vid ett seminarium, ge utrymme för ett antal olika röster om den framtida finansieringen och hur den på kort och lång sikt kan påverka vilket public service vi har i Sverige.



Med hjärtat i Kurkkio Foto: SVT

En annan mycket viktig framtidsfråga är situationen för lokaljournalistiken. Den är fundamental när det gäller den lokala demokratin och detta samtidigt som det talas det om en svår och utmanande tid för tidningarna. I samarbete med bransch, akademi och utbildning genomförde SVT en seminarieserie i Malmö, Göteborg och Kalmar som berörde frågor om lokalmediernas, framtid, var journalistjobben kommer finnas framöver samt utmaningarna med så kallade falska nyheter. Medverkade gjorde bland annat representanter från Mal-

mö högskola och Skurups folkhögskola, Sydsvenskan/HD, JMG, GT, Barometern och Linnéuniversitetet.

Vartannat år samlar SVT medlemmar från samtliga riksidrottsförbund till ett möte för att diskutera SVT:s sportutbud. Den så kallade Sportdagen är också ett tillfälle för dialog och möjlighet att dela strategier, omvärldsspaningar samt ett samtal kring idrott och media. I mötet 2017 deltog representanter för 41 olika riksidrottsförbund.

Publiken – användarna

Flera viktiga och av SVT prioriterade aspekter av relationen till publiken beskrivs i kapitel 3, användning, räckvidd, kännedom, förtroende, upplevt individuellt värde och upplevt samhällsvärde. Detta publikkapitel beskriver kortfattat några andra centrala trender och förändringar som 2017 haft en inverkan på publikens relation till SVT och tv-mediet i vid bemärkelse.

8.1 PUBLIKRÖRELSEN FRÅN BROADCAST TILL ONLINE

Tittandet på traditionell tv fortsatte 2017 att minska. Tittartiden minskade 6 procent senaste året och minus 15 procent de senaste 5 åren (MMS). Tittartiden har istället förflyttats till tittande online på i första hand två globala videotjänster, Netflix och YouTube, samt sociala medier-aktören Facebook där också mycket videotittande sker. Av löpande undersökningar SVT gör tillsammans med Norstat framgår att dessa tre aktörer ensamt står för närmare 70 procent av den svenska befolkningens tittartid online. De traditionella tv-husen har därmed helt andra aktörer att konkurrera med när deras tittare flyttar från tv-kanalerna till online-miljön. SVT är den största svenska aktören med videotjänster onli-

ne sett till tittartid, SVT:s videotjänster, däribland SVT Play och Barnkanalen online, fångar 12 procent av all tittartid på video online.

Sett till befolkningen som helhet läggs numera ungefär lika stor andel av tittandet online som i broadcast. Bland barn, tonåringar och unga vuxna läggs senaste året avsevärt mer tittartid online än i de traditionella tv-kanalerna. De traditioner och vanor som SVT har runt sina tv-tablåer uppmuntrar fortfarande många till ett beteende som förändras relativt långsamt. SVT tappar de senaste åren tittande i broadcast, men något långsammare än vad tv-branschen i stort gör och fick 2017 drygt 37 procent av tittartiden för traditionell tv. Det är den högsta andelen på 10 år. Mer om detta redovisades i kapitel 3.

En allt större del av online-tittandet sker på den stora tv-skärmen i vardagsrummet och nära 8 av 10 i Sverige har idag tillgång till någon form av uppkopplad tv-skärm, exempelvis smart-tv, Apple TV eller Chromecast.

Fortfarande använder de allra flesta, 73 procent av befolkningen åtminstone då och då SVT:s traditionella kanaler, men en allt större del, idag cirka 13 procent använder SVT:s tjänster enbart online en genomsnittlig vecka. Dessa beteendeförändringar, från tv-tittande till online-tittande, går som fortast bland ungdomar, unga vuxna och på senare år med ökande hastighet bland de minsta barnen. Småbarnen har genom teknikutvecklingen fått enklare gränssnitt såsom touchskärmar att navigera med, vilka möjliggör en ökad valfrihet för



barnen i deras val av medier och innehåll. Det är framför allt i de ovan nämnda grupperna som också SVT tappar i veckoräckvidd i broadcast, medan räckvidden bland personer över 60 år är stabil.

8.2 MEDIEANVÄNDNING VID KRISER

När samhället utsätts för kris understyrks mediernas viktiga roll. En undersökning SVT lät Novus genomföra i samband med attentatet på Drottninggatan i Stockholm 7 april 2017 visade att tre fjärdedelar av befolkningen hade kunskap om händelsen inom loppet av en timme.

Den första informationskällan var för 34 procent någon form av onlinetjänst (nyhetstjänst, sociala medier etcetera), därefter näst flest, 32 procent, genom vänner i samtal, telefonkontakter eller liknande. Det enskilda nyhetsmedium där flest fick kännedom om nyheten var Sveriges Radio (19 procent), vilket stämmer väl med tidpunkten på dagen: Många befann sig på resande fot mellan arbete och hem. Tv var vid denna eftermiddagstid inte en förstahandskälla för särskilt många, endast 8 procent.

Om SVT i det här fallet var källa till den första informationen för relativt få, blev SVT desto större i nästa fas då befolkningen efter att ha fått kännedom om att något inträffat sökte vidare information. 69 procent vände sig till SVT för att få ytterligare kunskap om händelsen samma dag, vilket gör SVT till den dominerande medieaktören i detta skede. Näst största aktör var TV4-gruppen dit nära 50 procent sökte sig följt av Aftonbladet, nära 40 procent, och Sveriges Radio drygt 30 procent. Mönstret överensstämmer i allt väsentligt med mediebeteendet vid terrorattackerna i Bryssel och Paris.

De tjänster hos SVT som publiken främst vände sig till var Rapports extra-sändningar i SVT1 och SVT2 och i viss mån till onlinetjänsterna SVT Play och

SVT Nyheter. Många barn vände sig till Lilla Aktuellt, som fångade upp barnens oro i en chatt där de hade möjlighet att ställa frågor om vad som hänt och vad det betydde.

Användningen av SVT stämmer väl med publikens egen uppfattning om var de vänder sig i tid av kris. I en enkät som SVT mot bakgrund av det hårdnande säkerhetsläget hade låtit genomföra bara en månad före attacken uppgav 72 procent av befolkningen att de skulle vända sig till SVT vid händelse av en nationell kris i Sverige, 65 procent uppgav att de skulle vända sig till Sveriges Radio. Därefter är det ett avstånd till de kommersiella medierna. 25 procent uppgav TV4, 22 procent den lokala dagstidningen, 19 procent Dagens Nyheter och 14 procent Aftonbladet. De diskrepanser som finns mellan publikens tänkta användning och verkliga användning förklaras sannolikt åtminstone till del av olika förväntansbilder på de olika medierna, där det finns särskilt höga förväntningar på public servicebolagen.

SVT har under de senaste åren kraftigt ändrat både organisation och utbud för att bättre svara mot akuta nyhetslägen. I bedömningen av vilka medieföretag som lyckades bäst med rapporteringen i samband med terrorattacken ges SVT högsta betyget av alla på bland annat parametrarna:

- Att jag kan lita på att informationen är korrekt och opartisk
- Att jag kan lita på att jag är uppdaterad med den senaste informationen
- Att jag får händelsen belyst ur många perspektiv genom många olika gäster med kunskap
- Att journalister och experter med god kännedom om landet beskriver det som hänt
- Att jag får ögonvittnesskildringar från människor som varit på plats
- Att jag får se med egna ögon bilder och filmer från det som hänt
- Att jag får information som hjälper

mig att förstå varför något hänt och vad det kan ha för betydelse för samhället i stort.

8.3 VÄRDERING AV TV-KANALER OCH WEBB-TV-TJÄNSTER

I en återkommande attitydmätning, som genomförs av Norstat, får ett representativt urval av befolkningen bland annat sätta betyg på tv-kanaler och videotjänster online. I takt med att videotjänster online etablerat sig som en vanlig för många har dessa också påverkat förväntningarna på tv-kanalernas service och utbud. Att själv kunna välja vad och när man ska se något ger för många ett extra värde jämfört med att ta emot en linjär tv-kanal där någon annan valt tidpunkt för tillgång till programmet.

Värderingarna, här i form av betyg, har därför över tid sjunkit för flera tv-kanaler. SVT1 är fortsatt den högst värderade kanalen i Sverige 2017 med ett snittbetyg på 3,8. SVT Play når betyget 4 och är därmed den totalt sett näst högst värderade tv-kanalen/videotjänsten näst efter Netflix. Även SVT:s nyhetstjänst online är uppskattad och nådde en genomsnittlig värdering på 3,9.

Resursanvändning

I detta kapitel redovisas företagets utveckling av intäkter och kostnader. Ett särskilt fokus läggs på intäkter som SVT haft vid sidan av anslagsmedel så som intäkter från kommersiella samarbeten, sponsring och resultatet av sidoverksamheten. Kostnaderna fördelas i olika verksamhetsområden och i programkategorier och en beskrivning av produktivitetsutveckling lämnas.

9.1 INTÄKTER

SVT:s verksamhet finansieras till övervägande del av radio- och tv-avgiftsmedel (94 procent). Anslagsvillkoren som regeringen årligen fastställer anger under vilka förutsättningar medlen får disponeras. Avgiften fastställs av riksdugen och uppgår sedan 1 januari 2017 till 2 340 kronor. Tilldelade avgiftsmedel jämförs skattemässigt med statliga närringsbidrag, vilket betyder att under året ej förbrukade medel behandlas som förutbetalda (skuldförda) avgiftsmedel.

Sidoverksamheten genererade 70,3 miljoner kronor och resulterade i ett överskott på 7,1 miljoner kronor. Intäkterna redovisas som en separat post och en utförligare beskrivning av sidoverksamheten lämnas i kapitel 9.4.

SVT, Sveriges Radio och UR äger och finansierar med avgiftsmedel de gemensamma dotterbolagen Radiotjänst och Sveriges Radio Förvaltningsaktiebolag,

SRF. Från 2014 svarar också SVT för distributionskostnaderna för UR vilket medfört en extra tilldelning. I övrigt har anslagen räknats upp med 2 procent. Utöver detta fick SVT extra anslag motsvarande 115 miljoner kronor för att kompensera merkostnader som uppstår till följd av beslutet om 700-bandet.

Överföringarna till dotterbolagen Radiotjänst och SRF var sammanlagt 178,8 miljoner kronor vilket motsvarar förra årets avstående.

Övriga intäkter och kommersiella samarbeten

SVT:s övriga intäkter uppgick till 220,3 miljoner kronor exklusive sidoverksamheten. Detta är en minskning med 115 miljoner kronor jämfört med förra året som till största del förklaras av åtaganden som SVT hade i samband med värdskapskonkurrensen för Eurovision Song Contest (ESC) under våren 2016.

Övriga intäkter delas redovisningsmässigt in i sju kategorier utifrån intäktens typ. En kategori utgörs av statsanslag. I de sex övriga kategorierna redovisas SVT:s kommersiella samarbeten. SVT:s kommersiella samarbeten är tillsammans till antalet och skiftande i karaktär, och måste av både affärsetiska och praktiska skäl precis som all annan intäkts- och utbudsredovisning aggereras till relevanta poster. SVT har inga andra kommersiella samarbeten än de som redovisas i de sex kategorierna.

SVT redovisar för varje intäktskategori totala intäkter samt typiska exempel på kommersiella samarbeten inom kategorin. I enlighet med förväntningarna på SVT, bland annat vad gäller kraven på effektivitet och produktivitet, men framför allt vad gäller affärsetik, redovisar SVT inte enskilda uppgörelser eller avtal. Redovisningen utvecklas detta år med fler exempel.



Jills veranda Foto: Janne Danielsson/SVT



SM-veckan Foto: SVT

Redovisningskravet siktar tydligt på SVT:s ekonomiska redovisning och SVT:s kommersiella samarbeten. Vid sidan om detta samarbetar SVT självfallet med kommersiella aktörer i icke-kommersiella samarbeten, samarbeten som inte genererar intäkter utan har andra syften, exempelvis att uppnå publika resultat. För att ytterligare redovisa SVT:s relation till kommersiella aktörer, redovisas några av de viktigare samarbeten som genomförts med kommersiella aktörer under året.

Intäkterna vid sidan om anslagsmedel som inte klassas som sidoverksamhet delas alltså upp i sju huvudgrupper:

Anslag

Denna del omfattar ett statligt anslag för de svenska sändningarna över Finland vilket 2017 uppgick till 3,7 miljoner kronor. Detta är en minskning med

7,6 miljoner kronor jämfört med 2016 beroende på att kanalen lades ner den 30 april varför anslaget endast gällde 4 månader. YLE ändrade sin kanalstruktur vilket medförde att det inte längre fanns kvar något sändningsutrymme för SVT World. SVT får också särskilda bidrag för att genomföra beredskapsprojekt. 2017 års bidrag minskade något till 5,7 miljoner kronor.

Produkter, teknik och förlag

Den största delen består av intäkterna från den kompletterande verksamheten i form av försäljning av Julkalendern och Allsångshäftet i pappersformat. Under året förekom inga större evenemang där SVT sålde tekniska resurser till andra tv-bolag vilket minskade intäkterna betydligt. Detta är annars ett typiskt exempel på kommersiellt samarbete i intäktskategorin.

Royalty

Intäkterna för royalty är uppdelade i två delar. Den första delen kommer från spelfilmer där SVT har varit samproducent och den andra delen från främst dramaproductioner som sänds i andra länder. I båda fallen har royaltyintäkten fungerat som förutsättningar när produktionsbeslutet togs. Totalt sett har intäkterna 2017 minskat kraftigt jämfört med året innan. Fortfarande genererar filmen *En man som heter Ove* en del intäkter liksom *LasseMaja* och *Morran och Tobias*. Bland royalty-intäkterna från dramaproductioner kan nämnas *Bron*, *Jordskott* och *Äkta människor*. Intäkterna kommer från andra tv-bolag, produktionsbolag och distributörer beroende på hur de olika kontrakten är skrivna.

Samproduktioner

En tredje typ av kommersiellt samarbete är samproduktion. Samproduktionsintäkterna är de bidrag som SVT får från andra bolag under själva produktionen. Finansieringen kommer från andra tv-bolag, film- och tv-fonder, produktionsbolag och Svenska Filminstitutet. Totalt sett har intäkterna minskat beroende på EBU:s bidrag till ESC 2016 men de rena samproduktionsbidragen har ökat kraftigt. Som exempel på dramaproductioner som gjorts i samarbete med andra tv-bolag kan nämnas *Bonusfamiljen*, *Saltön* och *Vårdgården*. Även ett antal barnproduktioner har genererat intäkter.

Sponsring

Intäkterna från sponsring beskrivs ut förligare i detalj längre ner i kapitel 9.4. Minskningen jämfört föregående år är 16 miljoner kronor vilket återigen till största del förklaras av ESC och att året inte innehöll något riktigt stort sportevenemang.

Sändnings- och nyttjanderätt

En femte typ av kommersiellt samarbete resulterar i intäkter från sändnings- och nyttjanderätter. Den största delen av sändnings- och nyttjanderätter består av sublicensiering av sporrättigheter och vidareförsäljning av utländska förvärv. Även i detta fall är det i första hand andra tv-företag som genererar de kommersiella intäkterna. Som exempel kan nämnas SVT:s vidareförsäljning under året av rättigheter till Junior-VM i ishockey och de internationella ishockeyturneringar som föregår Ishockey-VM. Det kan också förekomma försäljning av rättigheter för översättning och försäljning från arkivmaterial som inte klassas som sidoverksamhet. Summan har minskat med drygt 5 miljoner kronor.

Övriga rörelseintäkter

Övriga rörelseintäkter består av många skilda verksamheter. Även här är den

främsta orsaken till minskningen ESC. I övriga rörelseintäkter ingår intäkter kopplade till *Melodifestivalen*. SVT står för alla kostnader som är direkt kopplade till själva produktionen, enkelt uttryckt allt som syns på scenen och i bild. För själva turnén saknar SVT rätt kompetens. Därför upphandlar SVT tjänsten turnésamordning. För närvarande är det Blixten & Co som är den upphand-

lade parten och för detta betalar SVT en ersättning. Dessutom uppbär SVT intäkter vid licensieringen av varumärket och tillhörande rättigheter som hör samman med produktionen samt för biljettsintäkterna. Under 2017 var det Live Nation som var SVT:s partner för detta. Det gäller bland annat möjligheten för externa bolag att nyttja varumärket Melodifestivalen på exempelvis are-

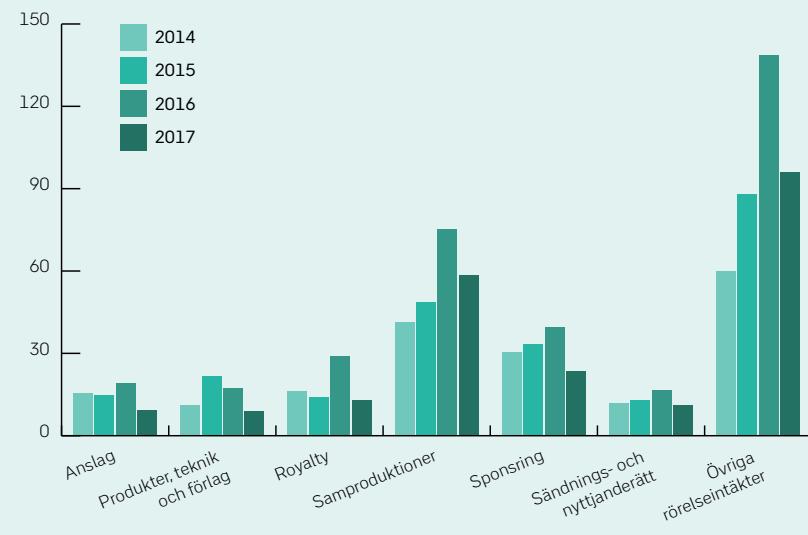
9.1.1 Verksamhetens intäkter, mkr

Mkr	2014	2015	2016	2017
Erhållna avgiftsmedel från rundradiokontot	4 476,5	4 566,0	4 772,3	4 865,4
Korrigerningar mellan programbolagen	1,0	1,7	-3,7	-4,3
Totalt erhållna avgiftsmedel	4 477,5	4 567,7	4 768,6	4 861,1
Avgiftsmedel överförda till RIKAB	-85,9	-97,6	-98,6	-80,8
Avgiftsmedel överförda till SRF	-109,7	-80,4	-78,4	-98,0
Delsumma	-195,6	-178,0	-177,0	-178,8
Förändring skuldförda avgiftsmedel	60,5	39,4	-2,0*	-169,2 **
Summa intäktsförda avgiftsmedel	4 342,4	95 %	4 429,1	94 %
Visningsrätter, samproduktioner, royalty	69,6	83,9	128,4	89,2
Tekniska tjänster	11,1	12,9	9,0	1,9
Sponsring	30,3	33,3	39,5	23,6
Övrigt	75,4	103,1	158,3	105,6
Summa övriga intäkter	186,4	4 %	233,2	5 %
Summa	4 528,8	99 %	4 662,3	99 %
Sidoverksamhet	66,6	1 %	68,1	1 %
Summa intäkter	4 595,4	100 %	4 730,4	100 %
			4 996,2	100 %
			4 803,7	100 %

* Inkluderat förändring skuldförda avgiftsmedel 26,4 samt justering av förutbetalda medel för distribution - 28,4

** Inkluderat förändring skuldförda avgiftsmedel -116,1 samt justering av förutbetalda medel för distribution - 53,1

9.1.2 Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet, mkr



Se bilaga 3

9.1.3 Sponsring

Evenemang	Antal sändningar
Alpint: Världscupen	100
Längdkidor: Världscupen	45
Längdkidor: VM Lahti	26
Skidskytte: Världscupen, våren	47
Skidskytte: VM Hochfilzen	11
Skicross: Världscupen	9
Freestyle: VM Sierra Nevada	7
Ridsport: Världscupen i hoppning	19
Ridsport: EM i Göteborg	16
Ishockey: Champions Hockey League (CHL)	14
Motor: WRC (Rally-VM)	25
Motor: Rallycross-VM	10
Friidrott: Diamond League	8
Golf: US Masters	12
Golf: Nordea Masters	11
Fotboll: Confederations Cup	74
Fotboll: EM, damer	20
Simning: VM Långbana Budapest	20
Ishockey: Junior-VM, herrar	8
Melodifestivalen (Svenska finalen)	4
Summa	486

norna eller vid annonsering. Den exponeringen visas aldrig i bild och SVT säkerställer att det inte får innehåra någon som helst påverkan på programmet. Live Nation har självfallet ingen redaktionell roll i produktionen.

En annan större post är valutakursvinster som uppgick till nästan 26 miljoner kronor 2017. I sammanhanget bör nämnas att nettot av valutakursvinster och förluster är mycket lågt men här redovisas alla bruttointäkter. Övriga rörelseintäkter består av telefonintäkter, som också medför kostnader, i samband med stora evenemang och insamlingsgalor. Det gäller främst Melodifestivalen och *Världens barn*. I denna summa finns också som en mindre post lönebidrag och intäkter från de nordiska public service-bolagen för det gemensamma kontoret i Bryssel.

Andra former av samarbeten med kommersiella aktörer

SVT samarbetar med kommersiella mediebolag inom ramen för Utgivarna, intresseorganisationen för svenska publicister. I Utgivarna samverkar de medier som värnar yttrandefriheten och slår vakt om den oberoende journalistiken. Under året har bland annat flera remissyttranden lämnats och arbete bedrivits med att undersöka möjligheterna att inrätta ett gemensamt självregleringsorgan till skydd för privatpersoners integritet.

SVT förde under året samtal med kommersiella medieföretag om nya former av samarbeten inom det journalistiska området. Samarbetsdiskussionerna har bland annat resulterat i nya processer för att underlätta för tidningsföretag att producera dokumentärer för SVT och samarbete kring lokala valkompass-

er. Diskussionerna har också resulterat i nya regler för credit och vidarelänkning från SVT.

SVT samarbetar även med de större medieföretagen i Sverige inom projektet Framtidens Journalistik. Samarbetets syfte är att utforska framtida användarbeteenden och möjligheter att producera god journalistik. Under året har arbetet konkretiseras i ett antal delprojekt.

SVT samarbetar med de ledande tv-företagen i Sverige inom ramen för MMS. Företagets syfte är att mäta användningen av rörlig bild i Sverige. Samarbete med tv-företagen sker även inom det årliga priset Kristallen.

Ingen av dessa samarbeten genererar några intäkter.

Sponsring

Sponsringen är en del av finansieringen av kärnverksamheten och regleras i sändningstillståndet. Syftet med sponsringsmöjligheten är att SVT ska kunna sända sportevenemang som annars kan vara svåra att finansiera eller säkerställa på grund av rättighetsinnehavarnas krav. Under 2017 uppgick sponsringen till 23,6 miljoner kronor, en minskning med 16 miljoner kronor jämfört med 2016. Minskningen förklaras både av ESC samt att det visades färre stora sportevenemang. Intäkterna kommer från 19 sportevenemang samt från den internationella sändningen av finalen av Melodifestivalen som är ett evenemang inom ramen för åtagandet gentemot EBU.

Ett evenemang kan gälla endast en sändning med repris eller ett Skid-VM som varar i två veckor med en mängd olika tävlingar och därmed många sändningar. Det kan också vara den alpina världscupen som sänds under hela vintersäsongen. Under året förekom 486 sändningar som var sponsrade. Det är en minskning jämfört med 2016 som förklaras av avsaknaden av större sportevenemang med många sändningar likt EM i fotboll som sändes 2016.

9.2 KOSTNADER

Från och med 2015 så har nya principer för fördelning av kostnader överenskommits mellan public service-bolagen. Kostnaderna delas in i tre huvudgrupper. Nedan följer en redovisning av vilka delar som ingår i de olika grupperna.

Programproduktion

Som programproduktionskostnad räknas programproducerande enheter, programbeställande funktion, gemensamma programavtal, webbverksamhet och kostnad för kontribution.

SVTs bedömning är att en ökad del medel till program gynnar hela utbudet och därmed också publikens krav och önskemål på en allt mer kvalitetsinriktad produktion som står sig väl i en internationell jämförelse. Det är internationellt sett ett av de vanligaste mätten på produktivitet i public service-bolag. Kostnadsandelen har minskat något vilket är en följd av förra årets satsning på ESC och EM i fotboll för herrar i Frankrike. Målet med en ökande andel programkostnader ska ses långsiktigt över tid där variationer förekommer mellan åren. Se vidare utveckling av begreppet nedan.

Distribution

Som distributionskostnad räknas kostnaden för distribution av marksändningar samt kostnad för internetdistribution. Sedan 2014 har SVT tagit över distributionskostnaderna för marksändningarna från UR motsvarande knappt 12 miljoner kronor. Kostnaden har minskat under året vilket förklaras i kapitel 9.3

Övriga kostnader

Resterande kostnader räknas som övriga kostnader och består till största del av kostnader för ledningsenheter ekonomi, teknik, kommunikation, HR, juridik, strategi, fastighet och investeringar. I posten ingår lokalkostnader, centrala teknikkostnader, utbildningsverksamhet med mera. Övriga kostnader ska

alltså inte ses som enbart overhead utan kostnader som är helt nödvändiga för produktionen men som inte direkt kan fördelas på de olika programmen och verksamheterna. Kostnaderna har ökat jämfört föregående år beroende främst på ökade investeringar, bland annat ett nytt mediecenter och nödvändiga fastighetsanpassningar.

Produktionskostnad per programkategori

SVT väljer att dela upp kostnaderna i de ovan beskrivna huvudkategorierna varav programkostnaden är den största delen. I diagrammet ser man fördelningen per programkategori i andelar av programkostnaden för broadcast-verksamheten. SVT ser ingen naturlig för-

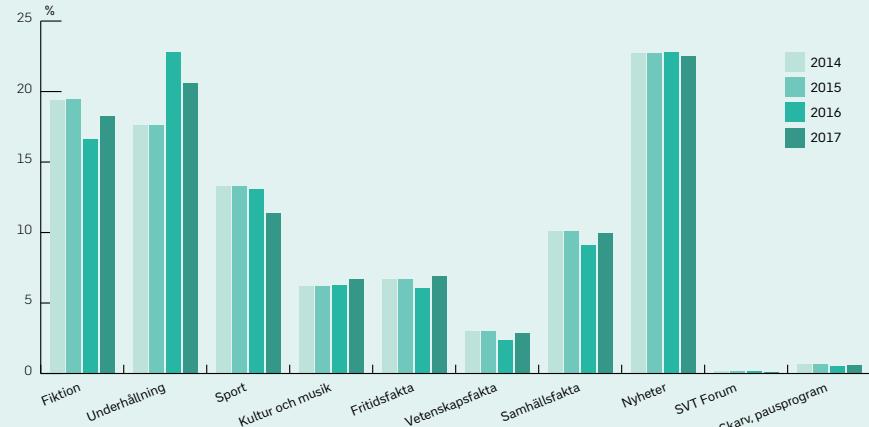
delning av distributionskostnader och övriga kostnader på programmen utan den närmsta fördelningen som skulle kunna göras är en fördelning proportionellt mot programkostnaden. I tabellen i bilaga 3 har dock hela kostnaden, inklusive kostnaden för internet, fördelats helt proportionellt per programkategori med ett undantag. De kostnader som tydligt kan härledas till nyheternas satsning digitalt har fördelats direkt till nyhetsutbudet. SVT anser att det är den andelsmässiga fördelningen mellan programkategorier över tid som ger en bild över olika satsningar som görs mellan åren.

Kostnaderna per programkategori får och bör variera mellan åren beroende på produktionsmixen. Det finns inga sär-

9.2.1 Verksamhetens kostnader, mkr

Mkr	2014	2015	2016	2017
Broadcast	3184,1	3325,0	3560,6	3247,7
Online	264,1	275,0	257,7	325,3
Programkostnader	3448,2	75 %	3600,0	76 %
Distributionskostnader	276,4	6 %	287,2	6 %
Övriga kostnader	804,2	18 %	775,1	16 %
Summa	4528,8	99 %	4662,3	99 %
Sidoverksamhet	64,5	1 %	65,3	1 %
Summa kostnader	4593,3	100 %	4727,6	100 %
			4989,5	100 %
			4796,6	100 %

9.2.2 Andel av programkostnader per programkategori



skilt uppsatta mål för vad som är en idealistisk mix. Vissa år görs extra satsningar på drama och andra år är sportintensiva. Ett valår medför omföringar till nyheter och samhälle och 2016 års värdskap av *Eurovision Song Contest* medförde extra kostnader inom underhållning. Diagrammet 9.2.2 visar den andelsmässiga fördelningen av kostnader under de senaste fyra åren.

Slutligen kan nämnas att SVT har valt att inte separera kostnaden för utbudet för barn och unga så som fördelningen redovisas i kapitel 6.1 och 7.4, utan de kostnaderna fördelar i de ordinarie programkategorierna. Detta har att göra med att siffrorna syftar till att besvara olika frågor. Utbudssiffrorna visar vad SVT sätter under året och är en avspeglning av vilket utbud som tillhandahålls under året medan ekonomisiffrorna visar vilka kostnader SVT har haft och alltså är en avspeglning av den ekonomiska redovisningen av företaget. Kostnaderna uppstår ofta inte just det året som programmet sänds. SVT har alltså ingen sändningsekonomi utan produktionsekonomi. Av 2017 års sända program så togs stora kostnader 2016 och av årets kostnader så kommer många program först sändas 2018 eller 2019. Denna skillnad har sin grund i hur företaget är uppbyggt och styrs. För ett kommersiellt företag som kopplar ihop reklamtäkter och kostnader är det naturligt att använda sändningsekonomi men för SVT som tilldelas anslagsmedel årligen är det naturligare med en produktionsekonomi. Grovt uppskattat går cirka 300 miljoner kronor årligen till utbudet för barn och unga.

Det har varit relativt små variationer jämfört med 2016 med två undantag. Underhållningen har minskat till följd av satsningen på ESC 2016 och det har inte varit något stort evenemangsår inom sporten.

Produktionskostnaderna per timme varierar kraftigt inom och mellan generer. Nyheter, som utgör den enskilt störs-

ta kostnadsposten, har en låg timkostnad, då verksamheten samtidigt genererar många timmar. Fiktion och drama, i synnerhet historiskt drama som *Fröken Frimans krig* eller *Vår tid är nu*, är klart dyrast att producera per timme följt av underhållning. Båda dessa generer rymmer ett stort mått av variation i produktionsslag och innehåll. Inom fiktionen återfinns, vid sidan om den största posten som utgörs av svensk nyproducerad dramatik, bland annat den inköpta fiktionen som generellt har en låg timkostnad. Underhållningsutbudet sträcker sig från *På Spåret* till underhållningsdokumentärer och inte minst stora delar av barnutbudet som *Bolibompa* och *Sommarslovsmorgon*.

9.3 PRODUKTIVITETSÖKNING OCH VERKSAMHETSUTVECKLING

Redovisningen av SVT:s effektivitet beskrivs i kapitel 3. Där redogörs för vilka effekter SVT har nått utifrån de strategiska målen om att skapa ökat värde och behålla genomslaget. Redovisningen av SVT:s produktivitetsförbättringar och verksamhetsutveckling redovisas i detta kapitel och gäller för både program och övrig verksamhet. Nedan följer ett antal exempel på åtgärder som vidtagits och redovisning av mått som för utvalda delar visar utvecklingen.

SVT:s viktigaste mål och mått på produktivitetsförbättringar är:

Återkommande program, förutom nyhetsprogrammen, medges ingen kostnadsökning mellan åren

Inom ramen för programbudgeten bedrivs det löpande rationaliseringarbetet till stor del genom ett konstant kostnadstryck på programproduktionen. Som princip medges därför ingen kostnadsökning för återkommande program. Det är vid beställningen det finns störst möjlighet att planera för det så att produktionen har möjlighet att vidta rätt

åtgärder. Detta tryck ökar på programmen då kostnader för rättigheter och medverkande ständigt ökar. Detta gäller allmän-tv-programmen. De medel som frigörs på detta sätt används för utveckling av nya program men även utveckling av en del befintliga program för att öka kvaliteten ytterligare. Dock får nyheterna en årlig ökning av medel motsvarande 2 procent.

Rationaliseringsåtgärder i programproduktionen

En förutsättning för möjligheten att hålla uppe rationaliseringstrycket i programproduktionen är införandet av nya, enklare produktionsmetoder. Under året har ett antal lösningar införts som underlättat och snabbat upp produktion och publicering men också frigjort resurser, vilket gjort det möjligt att finansiera nya satsningar samt göra kvalitetsförbättringar inom programmen. Till stor del handlar det om utveckling av nya tekniska lösningar som sparar tid och/eller pengar.

Ett tekniskt produktionssätt, så kallad remote-produktion (distansproduktion), som nämnts tidigare år, har 2017 använts i större utsträckning. Under året har *Tolvslaget på Skansen* med flera produktioner producerats på detta sätt. Remote-produktion innebär att kamerasignaler och ljudsignaler skickas direkt, via fiber, från inspelningsplatsen till ett kontrollrum i Stockholm vilket innebär att SVT inte behöver hyra in dyr OB-utrustning och kan ha betydligt färre personer på plats vid evenemanget.

Under året har ett nytt produktionssätt för SVT *Forum* införts där vanlig kontrollrumsteknik inte längre behövs utan produktionen sker med hjälp av en lösning som ersätter flera olika tekniska funktioner. Det ger en mer kostnadseffektiv lösning vid uppbyggnad av en sändningsplats. Med hjälp av ett nytt OB-kit för *Forum* kan även enklare sändningar göras med lägre bemanning då tekniken är lättare och enklare.



Bye Bye Sverige Foto Nexcico

Ny teknik för Nyhetstecken på webben har utvecklats, vilket har möjliggjort enkelhet (självbetjäning) för teckentolkar att producera webbnyheter på teckenspråk själva.

För de lokala nyheterna har det nya morgonformatet som lanserades under året inneburit att färre personer är involverade i själva utsändningen eftersom den varken kräver kontrollrumsbemanning eller programledare.

En ny mer kostnadseffektiv lösning för intankning av data för nyheterna har utvecklats som också är mer robust och anpassad efter SVT:s behov. I och med den nya lösningen har även smidigare arbetssätt och snabbare överföring av produktionsmaterial till redigering kunnat införas, vilket också minskat behoven av särskild produktionsutrustning för just detta ändamål.

Andra exempel på nya tekniska lösningar som bidragit till ökad produktivitet är att vid utveckling av SVT:s nyhetsappar har förbättringar gjorts i hur apparna byggs vilket inneburit att mycket arbete har kunnat automatiserats. På så sätt har utvecklingstakten ökat samt fel minimerats.

Genom rationaliseringar med nya produktionsmetoder, bättre planering och intern omfordelning av resurser förbättras det interna resursutnyttjandet, behoven av externa intag minskar och produktiviteten ökar. Inom till exempel Nyheterna har sådana rationaliseringar finansierat en stor organisatorisk flyttning till online-verksamheten utan att göra avkall på broadcast-sändningarna.

Nyheterna har under året mångdubbat antalet sändningstimmar online vid nyhetshändelser och väsentligt skärpt kvaliteten både vad gäller form och innehåll. Samtidigt har utvecklingen av video online ökat kraftigt och det har aldrig tidigare publicerats så många klipp som är skräddarsydda för digital användning. Publikens upplevelse utbudet mer relevant online och återkommer oftare samt stannar längre på sajten. Trots det ökar tittandet på broadcast-sändningarna och ett program som *Aktuellt* ökar tittandet med 20 procent i målgruppen 20–59 år.

Nyhetsverksamhetens tillkommande behov av ökad heltextning online har kunnat genomföras genom förändrad

planering inom verksamheten för Språk och tillgänglighet.

Generellt gäller i stor utsträckning att tjänster inte återbesätts vid personalavgångar utan resurser omfördelas eller planeras på nytt sätt för att hålla nere kostnaderna. Det innebär dels att behovet av interna resurser minskar för enskilda produktioner vilket möjliggör en kostnadsneutral omfordelning till nya satsningar och dels rena besparingar.

Ambitionen att hålla nere de externa intagen och i första hand bemanna produktionerna med intern personal är fortsatt hög. Yrkesroller fortsätter att breddas genom kompetenshöjning så att fler personer kan arbeta i flera olika funktioner. Utlåningar mellan avdelningar och även mellan orter har ökat och starkt bidragit till en bättre planering av den anställda personalen och även lägre kostnader eftersom externa intag på så sätt har kunnat undvikas.

SVT fortsätter arbetet med att bredda personalens kompetens och underlätta utlåning mellan avdelningar och orter för att undvika onödiga kostnader.

Andelen medel till program ska öka långsiktigt

Årligen rapporterar SVT ett stort antal uppgifter till EBU enligt en modell som är gemensam för över 70 public servicebolag i Europa. Det är och har alltid varit praxis att dela upp kostnaderna i olika kategorier, program, distribution och övriga kostnader. De allra flesta av dessa företag har som målsättning att en större andel av medlen ska gå till program. Det kan finnas skillnader mellan enstaka år på grund av stora sportevenemang, valår eller liknande, men över tid strävar man efter en ökning för att på så sätt höja kvaliteten på program och att satsa på nya plattformar som publiken efterfrågar. Syftet är att uppnå en högre effektivitet i måluppfyllelsen, det vill säga öka publikens upplevda värde eller användning av verksamheten.

Inte bara SVT hävdar att det ofta finns ett tämligen rakt samband mellan kvalitet och kostnad. Engelskspråkiga serier och filmer skapas för en global marknad vilket betyder att producenterna bakom kan lägga betydligt mer pengar på dem än någon som producerar enbart för en svensk, eller kanske nordisk, marknad. Som exempel kan nämnas att två säsonger av dramaserien *The Crown* uppges ha kostat Netflix cirka 130 miljoner dollar. Det är med den typen av kvalitetsproduktioner som SVT jämförs med. Detta kommer ställa ännu högre krav på SVT:s produktion för att möta publikens allt större efterfrågan på kvalitet. Då kan knappast målet vara att vare sig sänka timkostnader eller att inte låta en större andel medel gå till program.

Det hindrar inte att man är effektiv i produktionen. SVT prioriterar och hushåller med resurserna för att uppnå allra högsta kvalitet oavsett om timkostnaden för ett program är 40 000 eller 4 miljoner kronor. SVT har som nedan framgår kompletterande mål som ska säkerställa produktivitet inom ramen för programbudgeten. Produktivitet handlar alltså i vårt fall inte om att öka antal sända tim-

mar utan om mer pengar till program. Produktivitet är programbudget per avgiftskrona och inte antal timmar per avgiftskrona.

SVT har under de senaste åren klarat av att öka andelen medel till innehåll trots kostnadsökningar för bland annat digital distribution. Denna ökning kommer inte vara kontinuerlig men under tillståndsperioden ska den vara märkbar. För 2017 minskade andelen vilket var enligt plan. Ett år utan stora enskilda programsatsningar innebär att medel sparas för kommande år med större evenemang. 2018 är ett valår och återigen ett stort sportår med VM-fotboll i Ryssland.

Effektiviseringar i OH och distribution

Utvecklingen mot ökad användning av SVT Play påverkar distributionskostnaderna för bland annat streaming. SVT arbetar aktivt för att hålla distributionskostnaderna så låga som möjligt och utvecklade därfor under 2016 ett eget CDN (content distribution network). Detta syftar till att förlägga delar av online-trafiken till en intern CDN-plattform istället för att köpa tjänsten externt. Under 2017 har effekten av ett eget CDN förstärkts i form av fortsatta kostnadsminskningar vilket tydligt påverkat företagets distributionskostnader.

Även inom administrationen prövas tillsättning av nya tjänster noggrant. Verksamheten planeras om och anpassas till nya förutsättningar vid personalavgångar, och nya satsningar och behov löses i huvudsak genom omfördelning inom befintliga resurser.

En omorganisation av SVT:s lednings- och stödfunktioner har beslutats och genomförts under 2017, bland annat i syfte att åstadkomma en större effektivitet i arbetet. Organisationsförändringarna innebär en sammanslagning av Teknik och produktionsorganisationerna och av HR och kommunikation samt Strategi och Juridik. Ett besparingspro-

gram har också beslutats som innebär en nivåsänkning av ledning och stöd (huvudsakligen tekniskt stöd) om 50 miljoner kronor. Förändringen kommer innebära sänkta kostnader under 2018 med fullt genomslag från 2019.

Andelen upphandlingar enligt LOU ska öka

En viktig effektiviseringsåtgärd har varit en förbättring av SVT:s inköpsverksamhet, och ett centralt nyckeltal är därfor andelen upphandlingar enligt LOU. Allt fler inköpsbeslut som inte rör hela programprojekt har centralisrats och standardisrats. SVT följer löpande upp kostnadsutvecklingen inom olika inköpskategorier i syfte att förstå de olika inköpsbehoven och tidigt identifiera omotiverade kostnadsökningar. SVT mäter även hur stor del av den totala utgiften (utbetalningar till leverantörer) som går till leverantörer som har upphandlats och där avtal finns. Detta är ett relevant mått då modellen för LOU är utformad för att gynna största möjliga effektivitet och konkurrensneutralitet. Mätningen sker för alla de leverantörer där SVT handlar för mer än 680 000 kronor inklusive moms, gränsen för direktupphandling. Resultatet för 2017 blev en stor ökning och inköpsandelen på avtal hamnade på 92 procent jämfört med 85 procent för 2016. Målsättningen är att denna andel ska öka under tillståndsperioden.

Under året kan nämnas ett nytt städbetal och ett nytt ramavtal med frilansfotografer. Även ett nytt telefonavtal har tecknats under 2017 vilket kommer minska kostnaden för telefoni (växel, abonnemang och trafik). Totalt sett har besparingen uppgått till cirka 5 miljoner kronor.

Koncernsamarbeten

Koncerngemensamma upphandlingar

Under 2017 avslutade de tre programbolagen i samarbete med SRF ett tiotal större gemensamma upphandlingar.

Under samma period påbörjades ytterligare ett antal upphandlingar som kommer att avslutas våren 2018.

Avslutade upphandlingar avsåg bland annat bevakningstjänster, evenemang, tryckeritjänster, produktionsfordon, LSS-kamera och tillbehör, printtjänster, nätverksprodukter, arkitekttjänster, städtjänster, posttjänster samt datalagringssystem.

Påbörjade upphandlingar var bland annat företagshälsovård, synundersökningsstjänster, banktjänster, resebyråtjänster, taxitjänster, prenumerations-tjänster, tekniska konsulter, lässystem, fakturaväxel samt flyttjänster.

Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF)
SRF är ett kunskaps- och serviceföretag som ansvarar för gemensamma service- och stödfunktioner åt de tre programbolagen SVT, SR och UR. SRF arbetar på uppdrag av de tre programbolagen och sköter verksamheter som bibliotek, arkiv, telefonväxel, distribution, friskvård och fastighetsförvaltning. SRF är även fastighetsägare i Stockholm, Göteborg och Umeå.

SRF ägs av SVT (61 %), SR (34,4 %) och UR (4,6 %) och finansieras genom att programbolagen avstår avgiftsmedel enligt en kostnadsfördelningsmodell. Antalet anställda är 70.

Lokaler

Programbolagen samlokaliseringar och samutnyttjar lokaler där så är möjligt och rationellt. Alla tre bolagen är samlokalisera-de i Göteborg och Stockholm. SR och SVT är samlokalisera-de i Borås, Halmstad, Kalmar, Karlskrona, Linköping, Skellefteå, Uddevalla, Visby, Örnsköldsvik, Övertorneå och till viss del i Kiruna.

Bolagen har, gemensamt med SRF, ett fastighetsråd som samordnar lokal- och fastighetsfrågor.

Programsamarbeten

SR och SVT samarbetar kring *Vi i femman*, *Sommarlov*, *Världens barn*, *P3 Guld*,



Morgans mission II Foto: Magnus Liam Karlsson/SVT

Melodifestivalen och *Idrottsgalan*. En del av Berwaldhallens konserter sänds även i SVT.

SVT och UR samarbetar kring programmet *Lilla Aktuellt skola*.

Alla tre bolagen och Radiohjälpen samarbetar kring *Musikhjälpen*.

Programbolagen samlokaliseringar och samutnyttjar lokaler där så är möjligt och rationellt. SVT har också tagit över delar av UR:s ekonomi- och löneadministration för att öka samarbete och produktivitet.

9.4 SIDOVERKSAMHET

Sidoverksamheten riktar sig både till titarna och till företagsmarknaden. Generellt kan sidoverksamheten sägas syfta till att erbjuda och utnyttja rättigheter, resurser och goodwill. Det är alltså inte själva omfattningen och vinsten som är det viktiga utan snarare att SVT har en

mängd rättigheter och produkter som det finns en naturlig efterfrågan på. Detta skiljer SVT:s sidoverksamhet från sidoverksamheten i vissa andra public service-bolag, som snarare syftar till att expandera eller generera ett betydande överskott som sedan kan användas för programproduktion. Sidoverksamheten delas in i sex resultatområden.

Trots att det inte finns särskilda enheter eller avdelningar som enbart ägnar sig åt sidoverksamhet så kan SVT ändå urskilja ett antal olika typer av verksamheter. Kostnadssidan utgörs av både sär- och samkostnader. Samkostnaderna beräknas med hjälp av en schablonfördelning av kostnaderna för de resurser som används blandat, det vill säga gemensamt i de olika verksamheterna, kärn-/kompletterande respektive sidoverksamheten. Vid försäljning av till företaget anknutna produkter belastas inte sidoverksamheten till någon del av den

ursprungliga kostnaden för en tv-produktion, eftersom detta utgör kärnverksamhet. Sidoverksamhetens del av fastighetskostnader, tele-, distributions- samt servicekostnader, alltså för programbolagen gemensamma kostnader som redovisas i Sveriges Radio Förvalnings AB, belastar sidoverksamheten. Det gemensamma påslaget har fördelats proportionellt mot respektive verksamhets intäkt.

Omsättningen och resultatet av sidoverksamheten 2017 ligger på samma nivåer som den gjort de senaste åren.

Produktionsresurser

Detta gäller uthyrning av studiolokaler, produktionsteknik och personal som i mån av utrymme i den egna produktionsplaneringen hyrs ut till andra producenter av tv. Detta bidrar till att öka tillgänglighet och mångfald på medie-marknaden eftersom det möjliggör för mindre produktionsbolag och kanaler att göra produktioner som förutsätter stora studior och kompetens. SVT:s strategiska inriktning är att endast bedriva uthyrning av produktionskapacitet där det inte är rationellt att lämna resursen. SVT har således ingen överkapacitet i syfte att hyra ut. Den övervägande delen hyrs av produktionsbolag som SVT har anlitat för produktionsutläggningar av egna program.

Fastighet

Under många år har SVT kraftigt minskat sina behov av lokalytor och bland annat i Stockholm har all verksamhet samlats på Gårdet. Dock sitter SVT kvar med ett hyreskontrakt i Värtahamnen i Stockholm som löper ut först under 2018. SVT har lyckats hyra ut delar av denna fastighet som inte längre nyttjas för den egna verksamheten. Det har endast varit möjligt att hyra ut till rådande marknadspris vilket under senare år har varit lägre än när SVT skrev kontrakten. Om ingen uthyrning skulle ske över huvud taget skulle den övriga

9.4 Sidoverksamhet, mkr

Produktionsresurser	2014	2015	2016	2017
Intäkter	19,1	18,9	23,6	20,3
Kostnader	15,7	16,2	17,7	16,8
Gemensamt påslag	2,4	2,3	2,8	2,6
Resultat	0,9	0,4	3,1	0,9
Fastighet				
Intäkter	10,9	14,7	15,4	15,7
Kostnader	15,8	16,6	17,3	17,7
Gemensamt påslag	1,4	1,8	1,8	2,0
Resultat	-6,2	-3,8	-3,7	-4,0
Hela tv-program				
Intäkter	3,6	4,3	2,5	3,8
Kostnader	2,7	3,7	2,0	2,6
Gemensamt påslag	0,5	0,5	0,3	0,5
Resultat	0,4	0,0	0,2	0,7
Försäljning rättigheter				
Intäkter	9,8	8,2	8,7	10,3
Kostnader	4,8	3,5	3,7	4,6
Gemensamt påslag	1,3	1,0	1,0	1,3
Resultat	3,7	3,6	4,0	4,3
Arkivförsäljning				
Intäkter	8,4	8,4	8,2	8,3
Kostnader	4,2	4,0	4,1	3,9
Gemensamt påslag	1,1	1,0	0,9	1,1
Resultat	3,1	3,3	3,2	3,4
SVT World				
Intäkter	7,3	6,4	5,0	1,7
Kostnader	8,9	8,5	6,2	1,5
Gemensamt påslag	0,9	0,8	0,6	0,2
Resultat	-2,5	-2,8	-1,7	0,0
Rekvisita och kostym				
Intäkter	7,5	7,3	8,0	10,1
Kostnader	3,4	3,5	3,6	5,1
Gemensamt påslag	1,0	0,9	0,9	1,3
Resultat	3,1	2,9	3,4	3,7
Totalt				
Intäkter	66,6	68,1	71,4	70,3
Kostnader	55,4	56,1	54,6	52,1
Gemensamt påslag	8,5	8,3	8,3	9,1
Skatt	0,6	0,8	1,9	2,0
Resultat	2,1	2,8	6,7	7,1

verksamheten drabbas av hela hyreskostnaden. Denna del kommer försvinna när hyreskontraktet löper ut med den externa fastighetsägaren. Se vidare nästa kapitel.

Hela tv-program

Försäljning av hela tv-program består av vidareförsäljning av visningsrätter av program till andra tv-bolag som uppmärksammades internationellt. Den del som klassas som sidoverksamhet är när försäljningen sker efter att programmen är producerade och det sker en kommersiell exploatering i efterhand av befintliga rättigheter. Intäkten har alltså inte varit en förutsättning för programmens tillkommande såsom vid samproduktioner. Exempel på detta kan vara prisbelönta dokumentärer eller dramaserier med SVT som huvudproducent.

Försäljning rättigheter

Övrig försäljning av rättigheter gäller bland annat när egenutvecklade programformat säljs. Försäljningen av DVD till allmänheten som förut var en mycket stor del har minskat kraftigt under de senaste åren och försäljning av produkter kopplade till programmen har koncentrerats till ett fåtal program, oftast i form av olika typer av spel.

Arkivförsäljning

Det finns också en stor efterfrågan från tv-bolag och andra produktions- eller reklamföretag för enskilda klipp från tidigare SVT-produktioner. Dessutom har SVT en omfattande samling från andra filmarkiv som används för den egna verksamheten men som också efterfrågas av andra bolag.

SVT World

SVT World har varit den kanal som möjliggjort för svenska utomlands att ta del av SVT:s utbud. Tjänsten har under flera år minskat i efterfrågan. Trots många försök har det inte gått att få lönsamhet i verksamheten varför

SVT beslutade att lägga ner tjänsten den 30 april 2017. Nedläggningen innebar att kostnaderna kunde reduceras kraftigt och inget underskott i verksamheten uppstod 2017.

Rekvisita och kostymer

SVT har under många år byggt upp stora förråd av rekvisita och kostymer. För att även låta andra ta del av denna unika tillgång sker uthyrning till främst andra medie- och reklambolag.

Totalt

Nettoresultatet från de sju resultatområdena av sidoverksamhet balanseras i fritt eget kapital och uppgick 2017 till 7,1 miljoner kronor. Den enda verksamheten som inte burit sina egna kostnader under året var andrahandsuthyrningen av fastigheter som kommer upphöra så fort hyreskontrakten går ut. Däremot har marknadsprissättning tillämpats för verksamheten. Det samlade resultatet gav ett överskott och inga medel tas från kärnverksamheten för att finansiera de delar som inte burit sina egna kostnader, vilket är det primära syftet med regleringen.

SVT:s kontroll av sidoverksamheten

Inom i princip samtliga sex områden finns väl etablerade priser för motsvarande produkter som SVT tillhandahåller. Detta då det finns en uppsjö av såväl konkurrerande leverantörer som potentiella kunder. Som exempel kan nämnas priser för visningsrätter, DVD-försäljning, uthyrning av produktionsteknik, försäljning av abonnemang och uthyrning av fastigheter i Stockholm. SVT utgår från dessa priser vid prissättningen. SVT:s del av dessa marknader är för övrigt så liten att SVT inte på något sätt kan uppfattas vara prispåverkande.

För enstaka tjänster finns inte samma etablerade modeller. Exempelvis förfligar SVT över Nordens största renodlade tv-studio. SVT tillämpar där ett pris

som marknadsmässigt ligger i relation till de priser som sätts för så närliggande verksamheter som möjligt, det vill säga andra arenor och den relativa kostnaden för mindre studior som SVT och andra aktörer tillhandahåller.

Marknadsmässigheten säkras även genom att SVT alltid kräver kostnadsräckning plus ett påslag. Ett empiriskt belägg på att SVT:s priser är marknadsmässiga är också att det inte är ovanligt att SVT förlorar offerter just på grund av prissättningen. Tilläggas bör att SVT:s produktionsresurs i första hand är dimensionerad för intern kapacitet. SVT har generellt sett en självförsörjningsgrad som ligger väsentligt under den resurs som behövs. SVT:s möjligheter att hyra ut resurser är därmed kraftigt begränsad.

För många år sedan förekom att konkurrerande företag både anmälde och påtalade problem med SVT:s prissättning. Detta fick SVT att se över hela prissättningen inom alla områden. Det har inte heller förekommit någon debatt eller kritik från media eller allmänheten som ger anledning att tro att SVT:s förtroende har minskat till följd av sidoverksamheten.

När priset för andrahandsuthyrningen av fastigheter skulle fastställas anlitades en oberoende maklare som säkerställde att hyresavtalet tecknades enligt rådande marknadspriser. Det fanns ingen möjlighet att få täckning för SVT:s faktiska kostnader för det hyresavtalet som tecknades långt tidigare. De åtgärder som SVT vidtagit för att ta fram en rimlig hyressättning är gjord med syftet att bedriva uthyrningen konkurrensneutralt och kan knappast ses som en dumpning av hyrespriserna för kommersiella fastigheter i Stockholm. Ett högre pris skulle utgöra en överprissättning och medföra att SVT stod med outnyttjade lokaler.

Sidoverksamheten, som ingår i SVT:s årsredovisning, granskas årligen av företagets revisorer.

10

Planer för framtiden

SVT:s långsiktiga mål för verksamheten beskrivs i kapitel 2. Följande är en redovisning av SVT:s planer i form av prioriterade projekt och satsningar under den närmaste tiden, med fokus på 2018.

SVT antog 20 september 2016 en ny strategi som siktar mot 2020. Den nya strategin betonar i hög grad kärnan i public service-uppdraget, att engagera, underhålla och berika. Visionen – SVT ska bidra till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta – lyfter fram ett moderniserat folkbildningsuppdrag och tar sikte på den effekt som ska uppnås i relation till samhället. Den bärande insikten är att SVT har en central roll att spela då behovet av oberoende och kvalitetssäkrad information ökar.

Detta är inte minst av stor vikt valåret 2018. SVT:s valbevakning är den enskilt viktigaste programsatsningen under året. En ambition är att bibehålla positionen som allmänhetens viktigaste källa till information inför valet. Flera insatser sker för att säkra detta. Bland annat genomförs en omfattande intern

utbildningsinsats riktad till nyhetsverksamheten, men även till andra delar av programverksamheten för att säkra att utbudet håller en hög kvalitet och lever upp till kraven på bland annat mångfald i perspektiv, opartiskhet och saklighet.

Valet medför även ökade risker i form av direkta attacker mot IT-system, av hat och hot mot personal och medverkande. Inte minst allvarligt i sammanhanget är risken för hot från stater och kriminella organisationer mot medieföretagens möjligheter att producera och att nå ut med innehåll. Flera incidenter visar att mediebolagen är en prioriterad måltavla för olika former av påverkansoperationer. Ett omfattande arbete bedrivs för att minska dessa risker, genom tekniska och fysiska säkerhetsåtgärder, men också genom publicistiska satsningar på bland annat kunskap, faktakontroll och

på förklarande journalistik och program i olika format.

Ett prioriterat område i strategierna är att med publiken i fokus säkra företagets roll som hela Sveriges television. Polariseringen och de filterbubblor som skapas leder till en ökad känsla av splattering och en brist på tillit, trygghet och tillhörighet. SVT:s utmaning är att ge mänsklig känsla av samhörighet. Som en del av detta fortsätter SVT med riktade satsningar mot program som på olika sätt samlar och speglar dagens Sverige. SVT avser även bygga vidare på de senaste årens omgörning och decentralisering av den lokala verksamheten. Under 2018 bedrivs ett särskilt prioritert projekt i syfte att utveckla SVT:s roll när det gäller lokaljournalistik. I det ligger även att se hur SVT på bästa sätt kan samarbeta med kommersiella, loka-



Korrespondenterna Foto: SVT

la medier som också fyller en viktig funktion för det demokratiska samtalet. De åtgärder och samarbetsförslag som SVT beslutat om hösten 2017 mot bakgrund av synpunkter och förslag från bland annat lokala medieföretag och Sveriges tidskrifter följs upp under året.

Sverigespegling handlar idag inte enbart om geografiska aspekter. Utbildningar genomförs i syfte att säkra att individer och grupper skildras på ett relevant sätt.

Som beskrivits tidigare i redovisningen påverkas SVT kraftigt av de mycket snabba förändringarna i medieanvändningen. Detta kräver genombränta insatser, såväl innehållsligt som infrastrukturellt. Som exempel på det senare har SVT beslutat utöka satsningarna på IT-säkerhet, utöver vad regleringen kring säkerhet och beredskap kräver.

Vad gäller innehållet ökar investeringarna i utbud som primärt produceras för online. Funktionaliteten i SVT Play kommer utvecklas.

Globaliseringen leder till att SVT:s program och tjänster måste mäta sig med det bästa från världen för att vara intressanta för publiken. För att möta den utmaning som de globala jättarnas inträde på den svenska mediemarknaden innebär måste SVT samarbeta med de bästa kreatörerna i Sverige. Att hålla samma kvalitetsnivå som det internationella utbudet innebär att ytterligare medel behöver frigöras.

Arbetet med att utveckla former för SVT:s arbete inom filmens område fortsätter under 2018. 2017 har präglats av stor osäkerhet på den svenska filmmarknaden, bland annat beroende på att den nya stödordningen ännu inte varit ut-

formad. SVT har i det läget i viss mån kunnat agera som en stabilisator. Men det är värt att betona att svensk film bara kan utvecklas om marknaden och stödinsatserna som helhet fungerar och samspelar.

Under 2018 fortsätter även den parlamentariska kommittén om public service sitt arbete. Kommitténs arbete, som sträcker sig från finansiering och reglering till innehåll och distribution kommer ha avgörande betydelse för SVT:s möjlighet att svara mot samhällets demokratiska, kulturella och sociala behov också i framtiden.

Bilaga 1

Sammanfattning

Villkor	Utfall	Kapitel
ST 1 Sända 4 programtjänster mm	SVT har sändt 5 kanaler i 4 programtjänster om minst 50 timmar vardera till 99,8 % av befolkningen.	5.1 5.2
ST 2 Sända text-tv	SVT har sändt text-tv.	5.1
ST 3 Bereda utrymme för UR	UR sänder i SVT:s programtjänster enligt avtal.	5.1
ST 4 Ska kunna tas emot av alla	Alla kanaler sänds okrypterat.	5.2
ST 5 Hög kvalitet vid utsändning Samverka i tekniska frågor Ingå avtal API enligt europeisk standard Samverka om multiplexering och åtkomstkontroll	SVT sände 111 000 program, endast 66 hade något allvarligt fel. Under 2017 har inga tekniska frågor varit aktuella för samverkan. Senaste avtalet är från 2014 om programguider. Har ej använt sådan tjänst. Samverkan om överenskommelse om multiplex gäller sedan tidigare.	4.8
ST 6 Mångsidigt programutbud Svenska språket Jämställdhet och mångfald Spegling av landet	SVT har en jämn fördelning mellan olika programkategorier. 74 % av alla sändningar är på svenska. Stort arbete bedrivs internt och 61 % anser att SVT är bra på att spegla mångfalden.	6.1 4.5 7.1
ST 7 Variation i produktionsformer	59 % egen produktion och 41 % annan. Drygt 1,3 miljarder kronor går till utomstående medverkan och andra samarbeten.	7.7
ST 8 Nyhetsverksamhet	Många olika programtyper, allmänna och granskande program, ökad regional satsning.	7.2
ST 9 Kulturutbudet	Utbudet utvecklas årligen, många programtyper, ökat nordiskt utbyte, många samarbeten, stor satsning på drama, många sändningar från hela landet, direkt indirekt satsning på svensk film motsvarande 94 mkr 2017 och 300 mkr 2017–19	7.3
ST 10 Barn och unga Språkliga behov hos barn och unga	Stort utbud, satsning på nyheter för unga, omfattande nyproduktion, särskild utveckling för äldre barn och unga. Sänder de flesta minoritetsspråksprogrammen som tvåspråkiga.	7.4 7.6
ST 11 Tillgänglighet	Görs i dialog med brukargrupper, särskilt ungdomsförbund. Fortsatt satsning på hörbarhet. Program produceras för döva. Kraftig ökning av syn- och teckenspråkstolkning.	7.5
ST 12 Minoritetsspråk	Bolagen har sammantaget ökat minoritetsspråken från index 100 till 169 sedan 2013. Mål 2019 är 155. SVT har sändt på 35 olika språk. SVT har haft ett flertal dialoger med brukargrupper.	7.6 7.10
ST 13 Opartiskt och sakligt	Trots ökat antal anmälningar till Granskningsnämnden är antalet fällningar fortsatt lågt.	4.3
ST 14 Genmäle	SVT ger utrymme till genmäle.	4.3
ST 15 Enskildes privatliv	Utbildningar genomförs för att minska risken.	4.3
ST 16 Tv:s särskilda genomslagskraft	Utbildningar genomförs för att minska risken. Ny utveckling av barnläs på SVT Play.	4.3
ST 17 Reklam	SVT sänder inte reklam.	4.3
ST 18 Direkt sponsring Indirekt sponsring	20 evenemang har sponsrats enligt villkoren. Tydliga rutiner har upparbetats under åren. Översyn skedde 2017.	9.1 4.3
ST 19 Bestämmelser om sponsrings meddelande	SVT följer reglerna.	9.1
ST 20 Reklam enligt §17	Reglerna följs.	4.3
ST 21 Produktplacering	Ingen produktplacering förekommer.	4.3
ST 22 Sända meddelande	SVT har 44 gånger sänt viktigt meddelande till allmänheten (VMA) enligt villkoren.	4.8
ST 23 Hög säkerhet	Endast 66 program orsakade störningar över 60 sekunder SVT reglerar kvalitet med avtalsparterna.	4.8
ST 24 Beredskapsplaner Samråd med MSB Höjd beredskap	SVT skickar årligen in en beredskapsplan till MSB och Kulturdepartementet. Samarbete med MSB sker kontinuerligt. Högsta beredskap rådde inte i landet.	

Villkor	Utfall	Kapitel
AV 1 Verksamheten ska bedrivas rationellt	SVT beskriver åtgärder för ökad produktivitet.	9.3
AV 2 Kärn- och kompletterande	Definitionen beskrivs och god balans råder.	5.3
AV 3 Sidoverksamhet	Verksamheten beskrivs utförligt och delas upp i sju resultatområden.	9.4
AV 4 Rikab	SVT anslår medel till RIKAB.	9.1
AV 5 Rikab	SVT är delägare och innehavar ordförandeposten i styrelsen.	9.1
AV 6 UR:s distribution	SVT står för bolagets distributionskostnader.	9.2
AV 7 Sändningar utanför Sverige	SVT sänder programtjänsterna över satellit i Sverige. SVT World kunde tas emot i hela världen fram till 30 april. Därefter lades kanalen ner.	5.1, 9.4
AV 8 Sändningar i Sverige och utanför	Ingen särskild avgift erfordras för att ta emot SVT:s sändningar i Sverige.	9.4
AV 9 Olika plattformar	SVT utbud kan tas emot på många olika sätt. Egna sändningar sker i mark, satellit och över öppna internet. Sändningarna vidaresänds också över kabel och IPTV.	5.2
AV 10 Kärn-, kompletterande och sidoverksamhet	Beskrivs på ett flertal ställen i redovisningen.	5.3, 9.4
AV 11 Anmälan av nya permanenta tjänster	Inga nya tjänster har startats under 2017	4.4
AV 12 Överenskommelser mellan bolagen	Har gjorts mellan bolagen och sänts in till Kulturdepartementet och MPRT.	7.6
AV 13 Decentraliserad organisation	Beskrivs i eget kapitel.	4.6
AV 14 55-procentskravet	58 procent av all allmän-tv producerades utanför Stockholm.	7.1
AV 15 Olika självständiga nyhetsredaktioner	De olika nyhetsredaktionerna beskrivs.	7.2
AV 16 Teckenspråkig miljö	Teckenspråksprogrammen från Falun bedrivs i en teckenspråkig miljö.	7.6
AV 17 Dialog med externa produktionsbolag	Verktyg beskrivs för utvecklad dialog.	4.2
AV 18 UR:s sändningstider	Avtal finns och ingen oenighet har uppstått.	5.1
AV 19 Upphörande av sändningstillstånd	Inte aktuellt.	
AV 20 Budgetunderlag	Lämnades den 1 mars inklusive redovisning av RIKAB:s verksamhet.	
AV 21 Redovisning av uppdraget	Sker genom denna redovisning.	
AV 22 Revisorer	Revisorer granskar såväl denna redovisning som Budgetunderlagen. Revisorsintyg medskickas.	
Krav på tillgänglighet till tv-sändningar för personer med funktionsvariation enligt särskilt beslut	Beskrivs i redovisningen.	7.5

Bilaga 2

Bolagsgemensamt index för minoritetsspråk

För att kunna göra en samlad bedömning av programbolagens utbud på de prioriterade minoritetsspråken, har bolagen utvecklat en gemensam indexmodell.

Varje bolags utbud per språk år 2013 har satts till 100. Index per bolag och språk beräknas därefter årligen uti-

från antalet timmar som sänts. Slutligen beräknas ett gemensamt medelvärde utifrån de tre bolagens enskilda index. Därmed blir värdena jämförbara och det är möjligt att göra en bedömning av bolagens sammantagna ökning per språk och totalt.

Minoritetsspråk alla bolagen per språk

	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 319	314	15	7 648
Samiska	1 393	84	13	1 490
Meänkieli	803	17	10	830
Romani chib	392	23	8	423
Teckenspråk		121	29	150
Totalt	9 907	559	75	10 541
	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 319	342	19	7 680
Samiska	1 393	103	17	1 513
Meänkieli	803	22	12	837
Romani chib	392	30	14	436
Teckenspråk		139	17	156
Totalt	9 907	636	79	10 622
	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 390	325	35	7 750
Samiska	1 390	109	15	1 514
Meänkieli	830	19	17	866
Romani chib	395	27	16	438
Teckenspråk		175	17	192
Totalt	10 005	655	100	10 760
	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 479	341	39	7 859
Samiska	1 392	117	18	1 527
Meänkieli	1 047	45	17	1 109
Romani chib	400	57	17	474
Teckenspråk		187	21	208
Total	10 318	747	112	11 177
	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 445	348	37	7 830
Samiska	1 416	145	17	1 578
Meänkieli	1 089	51	18	1 158
Romani chib	433	60	19	512
Teckenspråk	-	201	37	238
Total	10 383	805	128	11 316

Förändring

SR	SVT	UR	Snitt
100	100	100	100
100	100	100	100
100	100	100	100
100	100	100	100
100	100	100	100
SR	SVT	UR	Snitt
100	109	127	112
100	123	131	118
100	129	120	116
100	130	175	135
115	59	87	
100	121	122	114
SR	SVT	UR	Snitt
101	104	233	146
100	130	115	115
103	112	170	128
101	117	200	139
145	59	102	
101	121	155	126
SR	SVT	UR	Snitt
102	109	260	157
100	139	138	126
130	265	170	188
102	248	213	187
155	72	113	
109	183	171	154
SR	SVT	UR	Snitt
102	111	247	153
102	173	131	135
136	300	180	205
110	261	238	203
-	166	128	147
112	202	185	169

Bilaga 3

5.1.1 Sända timmar per kanal

2017	SVT1	SVT2	Barn-kanalen	Kunskaps-kanalen	SVT24	Summa
Förstasändning	3 562	3 590	845	176	166	8 338
Repris	3 428	2 382	4 598	1 404	1 990	13 804
Totalt	6 990	5 972	5 443	1 580	2 156	22 142
2016						
Förstasändning	3 739	3 683	780	208	335	8 745
Repris	3 944	2 437	4 670	1 647	1 377	14 074
Totalt	7 682	6 120	5 450	1 855	1 711	22 818
2015						
Förstasändning	3 580	3 712	823	175	173	8 463
Repris	4 569	2 518	4 621	1 596	1 116	14 421
Totalt	8 150	6 230	5 444	1 771	1 289	22 884
2014						
Förstasändning	3 578	3 763	690	214	109	8 354
Repris	4 396	2 819	4 356	1 504	2 082	15 157
Totalt	7 974	6 582	5 046	1 718	2 191	23 511
	2014	2015	2016	2017		
Tillkommer regionalt ur ett tittarperspektiv	198	172	164	160		
Producerade timmar regionalt	2 568	3 188	3 450	3 369		

6.1 Utbud per programkategori exklusive barn och unga

	2014	2015	2016	2017
Fiktion	2 617 14 %	2 512 15 %	2 294 14 %	2 413 15 %
Underhållning	2 064 11 %	2 048 12 %	1 718 10 %	1 500 9 %
Sport	1 491 8 %	1 405 8 %	1 524 9 %	1 483 9 %
Kultur och musik	1 602 9 %	1 388 8 %	1 582 9 %	1 367 8 %
Fritidsfakta	2 165 12 %	2 270 13 %	2 417 14 %	2 207 14 %
Vetenskapsfakta	2 060 11 %	1 821 11 %	1 777 10 %	1 892 12 %
Samhällsfakta	2 680 15 %	2 709 16 %	2 670 16 %	2 512 15 %
Nyheter	2 120 12 %	1 445 8 %	1 441 9 %	1 303 8 %
SVT Forum	1 433 8 %	1 499 9 %	1 498 9 %	1 577 10 %
Skarv, pausprogram	35 0 %	37 0 %	28 0 %	19 0 %
Totalt	18 267 100 %	17 133 100 %	16 950 100 %	16 273 100 %

7.3 Film, beslutade samproduktioner 2017

Långfilm		Kortfilm	
Beslutade	49,4	Beslutade	4,1
Apstjärnan (utvecklingsavtal)		Damen och en spets	
Bamse och Dunderklockan (film 3)		Den sista hummerfiskaren	
Congo		Det är inte mig det är fel på fd Fideli & Puck	
Dekonstruktion X och Y (2019)		Föräldragården	
East of Sweden (2020)		Garm	
En komikers uppväxt (utveckling)		Himlen är full av hundar	
Ensamma i rymden (2020)		Hundgården	
Goliat		It's Britneys bitch	
Gräns		JUCK	
Hacker		Kevlar	
Happy People		Löftet	
Jag vill inte bli gammal nu		Mattpiskerskan	
Life Boat		Min svenska familj	
Om det oändliga		Sallys möten	
Out stealing horses		Samlag	
Rosa Moln		Sista tiden med Cerberus	
Spionen		Spårviddshinder	
Sump		Stacey's cute resque dog fd Oberon	
Sune vs Sune (fd Sune 2.0)		State of mind	
"U" (Utöya)		Svaga kvinnor	
438 dagar		Tiden går för fort när man har roligt	
Bergman Island		Vit man 40	
Ditte og Louise		Zlatan i alperna	
Straff			
Pelle Svanslös			
Aeterna			
LasseMaja: första fallet			
Talang		Dokumentär	
Beslutade	13,2	Beslutade	19,3
Amningsrummet		Allan	
Bauta		Anders, 23 andra kvinnor och jag	
Brottas		Bugatti - en bildröm	
Ganymedes sjö		Dasset	
Ge allt		Den konstnärlige bärplockaren	
Martyren		Diagnosen fd Diagnosbrudar	
Min värld i din		Efter Inez fd En ängel i familjen	
Nikita forever		En ryss i Janteland	
Säsong		Expedition Grönland	
Turpa Kiini Minun Haters		Familjeföretaget	
Återvinningscentralen		Leva och älska	
Bacha Posh		Mitt arkiverade liv	
Stora galaxer äter stjärnor		Mördaren i Kalamark	
Kulturdokumentär		Ode till Bergsslagen	
Beslutade	8,3	Ortens väktare	
Abortförebyggande åtgärder		Patrik Sjöberg i terapi	
Ahmadu		Projekt Z.I	
Det krokiga och det raka		Raggarjävlar	
Donner		Revolver Harry	
Gösta Ekman		Svetlana och Kurt 2	
Leslie Brinner		Till Sverige med kärlek	
Lindy Larsson från Lessebo		Vi är barn av vår tid	
Little Dragon		Världens bästa lag	
Medborgarlandet			
Ni har skapat ett monster/Silvana			
Tensta Gospel Choir			
The Life and Death of Yung Lean			
Whats eating Tiny Tim?			
Wild Dogs			

Totalt: 94,3 Mkr

7.4 Barn och unga, förstasändningar

Totalt barn (3–11 år) 2017	Svenskt	Utländskt	Totalt sänd
Fakta och Nyheter	277	8	285
Kultur och konstnärliga upplevelser	168	323	491
Totalt	446	330	776
Totalt barn (3–11 år) 2016	Svenskt	Utländskt	Totalt sänd
Fakta och Nyheter	251	12	263
Kultur och konstnärliga upplevelser	195	306	501
Totalt	447	318	764
Totalt barn (3–11 år) 2015	Svenskt	Utländskt	Totalt sänd
Fakta och Nyheter	281	9	290
Kultur och konstnärliga upplevelser	154	371	526
Totalt	436	380	816
Totalt barn (3–11 år) 2014	Svenskt	Utländskt	Totalt sänd
Fakta och Nyheter	265	2	267
Kultur och konstnärliga upplevelser	147	273	418
Totalt	411	275	685
Totalt unga (12–19 år) 2017	Svenskt	Utländskt	Totalt sänd
Fakta och Nyheter	141	0	141
Kultur och konstnärliga upplevelser	107	36	143
Totalt	247	36	283
Totalt unga (12–19 år) 2016	Svenskt	Utländskt	Totalt sänd
Fakta och Nyheter	146	6	152
Kultur och konstnärliga upplevelser	96	11	107
Totalt	242	17	259
Totalt unga (12–19 år) 2015	Svenskt	Utländskt	Totalt sänd
Fakta och Nyheter	135	2	136
Kultur och konstnärliga upplevelser	81	3	84
Totalt	216	5	221
Totalt unga (12–19 år) 2014	Svenskt	Utländskt	Totalt sänd
Fakta och Nyheter	88	2	90
Kultur och konstnärliga upplevelser	56	12	68
Totalt	144	13	157

9.1.2 Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet, mkr

Typ av intäkt	2014	2015	2016	2017
Anslag	15,6	14,6	19,3	9,4
Produkter, teknik och förlag	11,1	21,7	16,8	8,9
Royalty	16,2	13,9	29,0	12,9
Samproduktioner	41,5	48,6	75,2	58,4
Sponsring	30,3	33,4	39,5	23,6
Sändnings- och nyttjanderätt	11,9	13,0	16,6	11,0
Övriga rörelseintäkter	59,8	88,1	138,8	96,1
Totalsumma	186,4	233,3	335,2	220,3

9.2.2 Totala kostnader fördelade på programkategori, mkr

	2014	2015	2016	2017
Fiktion	891,8 19 %	919,7 19 %	826,0 17 %	857,1 18 %
Underhållning	810,6 18 %	901,0 19 %	1 136,6 23 %	963,9 20 %
Sport	610,4 13 %	621,5 13 %	653,8 13 %	535,0 11 %
Kultur och musik	284,1 6 %	266,8 6 %	315,3 6 %	315,5 7 %
Fritidsfakta	307,8 7 %	314,1 7 %	305,8 6 %	324,6 7 %
Vetenskapsfakta	136,0 3 %	125,4 3 %	121,4 2 %	136,1 3 %
Samhällsfakta	465,3 10 %	449,5 10 %	455,4 9 %	467,9 10 %
Nyheter	1 043,1 23 %	1 078,5 23 %	1 135,9 23 %	1 163,2 24 %
SVT Forum	10,2 0 %	24,2 1 %	12,1 0 %	4,9 0 %
Skarv	34,2 1 %	26,9 1 %	27,1 1 %	28,4 0 %
Summa	4 593,3 100 %	4 727,6 100 %	4 989,5 100 %	4 796,6 100 %

svt