



Sveriges Televisions  
public service-redovisning  
2016



svt

Sveriges Televisions  
public service-redovisning  
2016

© Sveriges Television AB 2017

Kontakt: SVT Strategi, 105 10 Stockholm

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

Layout: Anna Markevärn

Omslagsfoto: Håll käften – eller dö, SVT och Det mest förbjudna,  
Ulrika Malm. Inlagebilder: Lesia Valentin & Gailstu/ Foap.

Övriga bilder SVT. SVT äger rätt till bilder i dokumentet.

Tryck: Tryckservice i Ängelholm AB, 2017

# Innehåll

<b>1. Inledning</b>	5
1.1 VD har ordet	5
1.2 SVT i ett föränderligt medielandskap	6
1.3 Årets redovisning	6
<b>2. Det här vill SVT</b>	8
2.1 Oberoende	8
2.2 Värde	8
2.3 Genomslag	10
<b>3. Detta har SVT bidragit med</b>	11
3.1 Värde	11
3.2 Genomslag	14
<b>4. Kvalitet och utveckling</b>	20
4.1 Uppdragsprocess	20
4.2 Externa produktionsbolag	20
4.3 Publicistisk kontroll	20
4.4 Nya tjänster	22
4.5 Svenska språket	22
4.6 Decentraliserad organisation	23
4.7 Teknisk eller annan utveckling	25
4.8 Beredskap och sändningskvalitet	26
<b>5. Här finns SVT</b>	27
5.1 Kanaler	27
5.2 Mottagningsplattformar	29
5.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet	29
<b>6. Bredden i utbudet</b>	33
6.1 Programkategorier	33
<b>7. Särskilda uppdrag och målgrupper</b>	35
7.1 Jämställdhet, mångfald och spegling	35
7.2 Nyheter och samhällsbevakning	37
7.3 Kulturuppdraget	40
7.4 Barn och unga	43
7.5 Tillgänglighet	45
7.6 Minoritetsspråk	48
7.7 Variation i produktionsformer	51
7.8 Folkbildning	52
7.9 SVT:s samlande roll	54
7.10 Möten och dialoger	55
<b>8. Publiken – användarna</b>	58
8.1 Publikrörelsen från broadcast till online	58
8.2 Medieanvändning vid kriser	59
8.3 Värdering av kanaler och tjänster	59
<b>9. Resursanvändning</b>	61
9.1 Intäkter	61
9.2 Kostnader	64
9.3 Produktivitetsökning och verksamhetsutveckling	65
9.4 Sidoverksamhet	68
<b>10. Planer för framtiden</b>	70
Bilaga 1 Sammanfattning	73
Bilaga 2 Bolagsgemensamt index	75
Bilaga 3 Tabeller	76



# Inledning

## 1.1 VD HAR ORDET

Över tid finns det en kärlekssaga mellan SVT och i stort sett alla svenskar. Nio av tio tar del av något från SVT varje vecka. Det är ett förtroende som vi är mycket glada över, men som vi måste förtjäna, varje dag, varje minut.

2016 fyllde SVT 60 år. Det har varit ett år med tillbakablickar in i televisionens revolutionerande barndom, men också framåtblickar kring dagens explosion i användningen av rörlig bild. SVT:s vision, framtagen under året, rymmer den nya tidens folkbildningstanke: att *bidra till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta*. Vi vill vara kreativt ledande och outhärliga både i tv-kanalerna och genom digitala tjänster. Vi vill svara mot behov i hela Sverige och skapa ett utbud som engagerar, underhåller och berikar – i allmänhetens tjänst.

2016 kunde tittarna också fira en annan födelsedag: tioårsdagen SVT Play. Lika mycket som SVT Play har förnyat tv-branschen, lika uppenbart är det idag att användarna väljer det sätt att följa utbudet som passar dem bäst. Via tv:n i vardagsrummet på lördagskvällen eller via datorn vid köksbordet. Via surfplattan i hängmattan eller via mobilen på busshållplatsen. En miljon svenskar följer idag SVT enbart via digitala kanaler och under året har vi fortsatt att göra det enklare för dem att ta del av public service.

2016 var året då *Eurovision Song Contest* i Stockholm samlade långt över 200 miljoner tittare världen över, under devisen *Come together*. Det var året då SVT gjorde flera satsningar för att hjälpa dem som nyss kommit till Sverige, med nyhetssändningar på lätt svenska och testappen Språkplay där undertexterna kan översättas till 18 språk. I brytningstiden för rörlig bild tog SVT ett utökat ansvar för svensk film och satsade på drama med internationell höjd, som *Springfloden*, *Fröken Frimans krig* och *Midnattssol* där fem språk talas:

svenska, franska, engelska, arabiska och samiska. 2016 var också året då vi följde Sverige – och Island - i fotbolls-EM, kulturen tog över lördagskvällarna i tablån och konstnären Lars Lerin blev utsedd till årets tv-personlighet. Och det var året då ungdomsserien *Skam* slog alla tiders digitala rekord och gick om Julkalendern som den mest tittade i SVT Play.

Under 2016 har SVT stärkt bevakningen av hela Sverige, till exempel genom serier som *Världens bästa hemtjänst* från Vännäs, *Gympaläraren* från Ösmo och *Vi kallas tiggare* från Borås. Vi har fortsatt att utveckla de lokala nyheterna bland annat genom att öppna den 33:e redaktionen i Sverige – i Angered. Brexit i Storbritannien, presidentval i USA och terroråd i Bryssel, Nice och Berlin har visat betydelsen av SVT:s satsningar på både snabba direktsändningar och på att förklara sammanhang. Och kraften i SVT:s ökade fokus på avslöjande journalistik har märkts bland annat i den internationellt hyllade dokumentärserien om Karolinska Institutet och kirurgen Macchiarini.

2016 var också ett år då SVT:s utbud blev ovanligt prisbelönt. Aldrig tidigare har SVT vunnit så många Kristaller på tv-branschens gala. Rekordmånga SVT-program nominerades till Stora Journalistpriset och SVT vann flera av världens allra största kreativa utmärkelser: Eurovision Song Contest fick Guldrosen i Berlin och Allt för Sverige utsågs till världens bästa tv-program och tog hem en internationell Emmy i New York.

Tack alla som tittar, tack alla som följer SVT. Och tack för att ni hjälper oss med tankar och idéer för att utveckla hela Sveriges Television.

Hanna Stjärne  
Verkställande direktör, Sveriges Television AB

## 1.2 SVT I ETT FÖRÄNDERLIGT MEDIELANDSKAP

Svenskarnas mediebeteenden förändras i snabb takt. I första hand handlar det om ett skifte mot online-användning av medieutbudet. Enligt undersökningen *Svenskarna och internet 2016* blev internet år 2016 den vanligaste informationskällan för ett genomsnitt av alla svenska användare. En miljon svenskar tar till exempel del av SVT:s utbud enbart via internet. Nästan varannan svensk använder SVT Play en genomsnittlig vecka.

Förändringen går fort, inte minst bland barnen. Internetanvändandet bland de riktigt små barnen fortsätter att öka. Tre av fyra tvååringar använder internet, vilket är en ökning med fem procentenheter sedan förra året. En tredjedel av de allra yngsta barnen använder internet varje dag. Redan i åttaårsåldern har över hälften en egen smart mobil. I genomsnitt använder svenskarna internet 24 timmar i veckan. Drygt nio av dessa är via mobilen, en ökning med en timme sedan förra året. Personer mellan 16 och 25 år ägnar i genomsnitt nästan 40 timmar i veckan åt internet. SVT lägger därför särskilt stort fokus på att utveckla utbud och tjänster som svarar mot barns och ungas förändrade behov.

Internet har också fått en allt större roll som nyhetsmedium, även om tv fortfarande är den främsta källan för nationella och internationella nyheter och dagstidningen för det lokala. Trenden är dock tydlig: stora delar av den svenska befolkningen tar del av medier och information i första hand via internet. SVT:s nyheter online ska svara mot de traditionella kraven om opartiskhet, saklighet och hög kvalitet, men måste samtidigt svara mot publikens ökade krav på snabb uppdatering och tillgänglighet.

Generellt ger den tekniska utvecklingen SVT möjligheter att svara mot public service-uppdraget på ett bättre

sätt på alla prioriterade områden. SVT:s nyhetsuppdrag utförs än bättre med hjälp av SVT:s prisbelönta satsningar på databasjournalistik. Kulturuppdraget fördjupas med hjälp av tjänster som Öppet arkiv, som ger SVT möjlighet att tillgängliggöra ett unikt svenskt kulturarv. Tillgänglighetstjänsterna blir i många fall betydligt mer tillgängliga online och kan i ett större nischat utbud, exempelvis för minoriteter, tydliggöras bättre än vad som är praktiskt möjligt i de traditionella mediekanalerna.

I en föränderlig medievärld är det viktigt för SVT att försöka förstå och anpassa sig till hur människors och samhällets behov utvecklas. Många behov är bestående och opåverkade av teknikutveckling och omvärld, exempelvis de grundläggande behoven av information och förströelse. Dessa grundläggande behov förenar de som anammat ett modernt mediebeteende med de som väljer mer traditionella sätt att ta del av rörlig bild. Och det sistnämnda är ingen liten grupp, mer än 8 av 10 svenskar använder fortfarande regelbundet de traditionella tv-kanalerna. På SVT:s program i de traditionella kanalerna lägger genomsnittssvensken fortfarande 54 minuter om dagen.

SVT är lika mycket till för de med moderna som gamla mediebeteenden. I någon mån ska SVT:s program förena och överbrygga även de digitala klyftorna. Detta är inte minst viktigt mot bakgrund av den polarisering som sker i samhället och som åtminstone delvis är en följd av moderna mediebeteenden. Genom algoritmer skapade av globala företag, oftast med kommersiella avsikter, utsätts vi i allt mindre grad för det som utmanar våra invanda åsikter, utan sorteras in i fördefinierade fack av likasinnade, så kallade filterbubblor. SVT, som har möjlighet att nå ut till många, kan i det läget vara en av de aktörer som bäst bidrar till att punktera filterbubblorna. Därigenom kan SVT bidra till att skapa en arena för det demokratiska samtalet.

## 1.3 ÅRETS REDOVISNING

Årets redovisning innehåller ett antal förändringar jämfört med 2015 års version för att tydligare visa hur SVT lever upp till de olika villkoren som regleras i sändningstillstånd och anslagsvillkor.

För att särskilja de olika tjänsterna har SVT valt 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 paragrafer och punkter av sändningstillstånd och anslagsvillkor i ordningsföljd. Det sker dels genom en tydlig hänvisning till i vilket kapitel 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 som har till syfte att tydliggöra hur vissa av kraven uppfyllts. För andra villkor är det själva utbudet eller arbetsrutiner 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.

SVT har mot bakgrund av bland annat företagets nya strategier och tidigare synpunkter från Granskningsnämnden sett över en rad områden som relaterar till SVT:s skärningsfält gentemot kommersiella aktörer, med särskilt fokus på





Gympaläraren Foto: Janne Danielsson

de frågor som rör SVT:s intäkter vid sidan om radio- och tv-avgiften. På en rad områden innebär omprövningen en ökad transparens i form av utökad redovisning och i några fall har också åtgärder vidtagits för att säkra en striktare tillämpning av regelverken. Den utökade redovisningen och vidtagna åtgärder redovisas i respektive delkapitel.

SVT stod värd för *Eurovision Song Contest* (ESC) 2016. I kapitel 9 finns en särskild beskrivning av detta event.

Upplägg och disposition för årets redovisning är till stora delar samordnad med Sveriges Radio och Utbildningsradion. Det bör dock påpekas att företagen har både skillnader i upp-

drag och hur uppdragen tolkas varför det fortfarande finns olikheter.

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. Kapitel 5 beskriver också organisation och utveckling inom ett antal områden.

Kapitel 5 redovisar det totala utbudet fördelat på kanaler och tjänster på olika plattformar och i kapitel 6 redovisas bredden i utbudet fördelat i 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 övergripande beskrivning av planerna för framtiden.

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



# 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.

Oberoende	Värde	Genomslag
Institutionen	Samhällsvärde	Kännedom
Regleringen	Individuellt värde	Räckvidd
Finansieringen	Professionell kvalitet	Användning

## 2.1 OBEROENDE

Oberoende säkras genom de olika barriärer som finns för politiskt och kommersiellt inflytande. Barriärerna är institutionella, finansiella och regleringsmässiga.

### 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 nås av väsentlig journalistik och ett kvalitativt medieinnehåll. Riksdagens och regeringens beslut om sändningstillstånd 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 maktsfärer i samhället.*

Sändningstillståndet är giltigt för ett antal år och 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.

## 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



På spåret Foto: Janne Danielsson

upplevda värdet av SVT per använd minut 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.

### 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 som angeläget för mig, som underhållande och intressant. Utbudet ska upplevas som tillgängligt och radio- och tv-avgiften ska av den enskilda individen upplevas som prisvärd i relation till det man erbjuds. 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.

### 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 yrkesmän och kvinnor i Sverige och internationellt. Produktionen ska hålla en hög och stadig kvalitet och leveranssäkerhet i hela produktionskedjan, från idéarbete och insamling till bearbetning och distribution. 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.

## 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.

### Kännedom

Kännedom har varit ett område 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.

### 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 funktionshinder.

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 webbtjänster är lika mycket värda som de traditionella tv-kanalerna.

### Användning

Vad gäller användning så är det rimligt att anta att tittandet i broadcast kommer att fortsätta minska, i det paradigmskifte som tv-branschen liksom andra går igenom. Det kan accepteras, så länge 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. Om programmen inte ses så har de ingen effekt.

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 kännedom och räckvidd, helt plattformsberoende.

# 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

**Måuppfyllelse:** 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. Attitydundersökningen för 2016 visar att 70 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. SVT arbetar även med kompletterande indikatorer inom olika områden, som finns återgivna i respektive underkapitel nedan.

**Utvecklingen över tid:** Som nämndes i förra årsredovisningen är sannolikt de höga nivåerna för 2014 att betrakta som ett särfall då det var ett valår och andra undersökningar visar att SVT:s värde och användning är särskilt hög i anslutning till just valen. Mellan 2015 och 2016 är förändringarna mycket små (-1 procent) och inom den statistiska felmarginalen. SVT:s ambition är fortsatt att det

upplevda samhällsvärdet ska öka, men det kan konstateras att i en tid med en ökande polarisering och omfattande diskussion om utökad faktaresistens så får årets resultat ses som klart positivt.

**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 antog under året nya strategier som särskilt pekar ut SVT:s informations- och bildningsuppdrag. SVT ska bidra till att alla blir mer nyfikna och insatta.

Ett antal åtgärder vidtogs med anledning av de nya strategierna (se kapitel 10). Ett stort projekt bestod i att förbättra SVT:s förmåga att med bevarad trovärdighet, saklighet och hög tillgänglighet kunna rapportera snabbt vid stora nyhetshändelser. Mellan terrorattacker i Paris och Bryssel skedde en omfattande förbättring av SVT:s förmåga härvidlag. SVT fortsätter med en fokuserad strategi för att lyfta upp angelägna frågor genom ämnesorienterade samhällsprogram som *Djävulsdansen*, *Vi kallas tiggare* och *Sveriges bästa hemtjänst*. Prisbelönta *Experimenten* bröt ny mark genom sin granskning av både akademi och sjukvård och *Uppdrag Granskings* Panamadokumentationen var ett av de största internationella journalistiska grävsamarbetena genom historien. Som kulturskapare låg SVT bakom dramaproduktioner som *Fröken Frimans krig III*, *Midnattssol*, *Julkalendern Selmas Saga* och som samproducent i *Skam* som skildrar en grupp norska ungdomar och som slagit tittarrekord på SVT Play.





Sociala monster Foto: Janne Danielsson

SVT förberedde även ett ökat ansvarstagande för svensk film genom branschsamtal, ny organisation och inte minst avsatta medel för utveckling och produktion av dokumentär-, kort-, barn- och långfilm. Resultatet av dessa utökade satsningar kommer att visas under 2017 och framåt. Inom kunskapsområdet kan program som *Historieätarna III*, prisbelönta *Det sitter i väggarna* och *Fråga Lund* nämnas. I maj 2016 producerade och sände SVT *Eurovision Song Contest*, från Stockholm, ett av de program som har stor betydelse när det gäller att skapa gemensamma upplevelser och sammanhållning även i Europa. Tillgängligheten ökade genom såväl utökad undertextning, syn- och teckentolkning som på andra sätt: SVT inledde

även för första gången sändningar på lätt svenska. Dessa sändningar textades även på engelska och arabiska. För att bistå i språkinläringen för bland annat nyanlända utvecklade SVT i samarbete med andra testtjänsten *Språkplay* som ger möjlighet till språkinläring genom översatta undertexter till 18 olika språk.

### Individuellt värde

**Måluppfyllelse:** Det ligger i sakens natur att allmänhetens bedömning av den personliga nyttan är lägre än bedömningen av SVT:s samhällsvärde. SVT:s 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 uppgår 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 2015 och 2016 är förändringarna mycket små (+1 procent) och inom den statistiska felmarginalen. Den sammantagna bedömningen av utvecklingen för samhälleligt och individuellt värde är att det handlar om mycket små förändringar mellan 2015 och 2016.

**Skilnad mellan olika grupper:** SVT har enligt SOM-undersökningen ett högt förtroende i så gott som alla demografiska grupper. Oavsett undersökningens indelningar efter kön, ålder, utbildningsnivå, boendeort eller inkomst understiger andelen inte 70 procent för de som har mycket stort eller ganska stort förtroende för SVT.

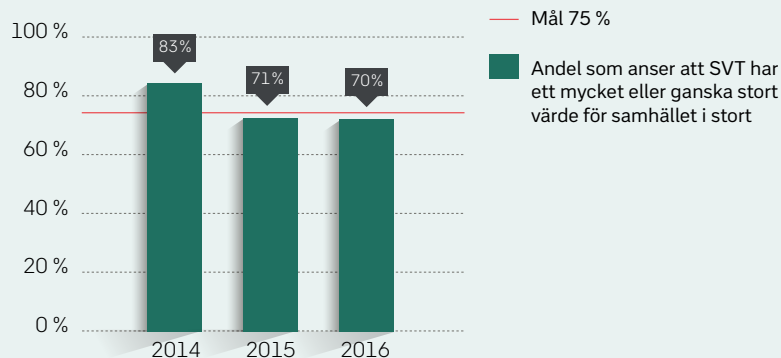
### Exempel på satsningar under året:

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. Detta i synnerhet genom att förbättra tillgängligheten i mobilen och på uppkopplade tv-skärmar. Bland annat har laddningstiderna kortats, gränssnitten förnyats och renodlats och publiceringsstrategierna justerats. Exempelvis publiceras dokumentärutbudet regelmässigt först och samlat i SVT Play, vilket ökar tillgängligheten till programmen.

### Professionell kvalitet

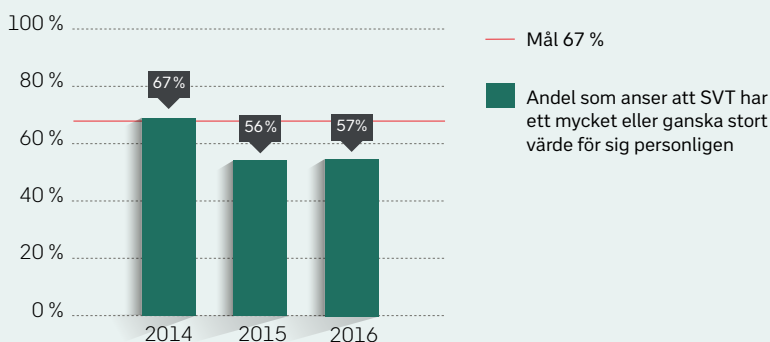
**Måluppfyllelse:** Målet för området professionell kvalitet utgår från förtroendet. I den senaste SOM-undersökning uppgår 79 procent uppgår att de har mycket eller ganska stort förtroende för SVT. Detta är inom den statistiska felmarginalen från målet. SVT är även år 2016 den mest trovärdiga mediekällan enligt publiken och har tillsammans med

#### 3.1.1 Måluppfyllelse samhällsvärde



Källa: Norstat Attitydundersökningen 2016

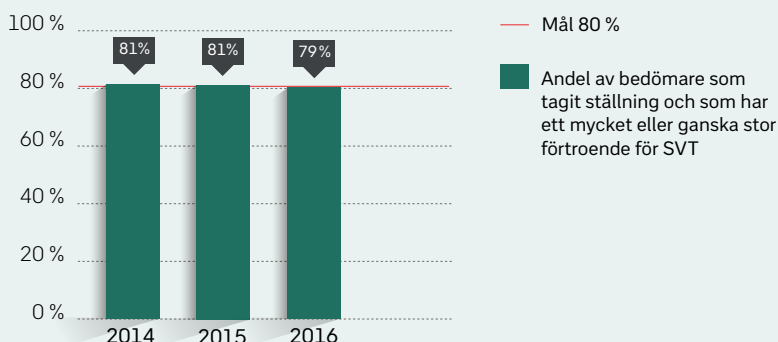
#### 3.1.2 Måluppfyllelse individuellt värde



Källa: Norstat Attitydundersökningen 2016

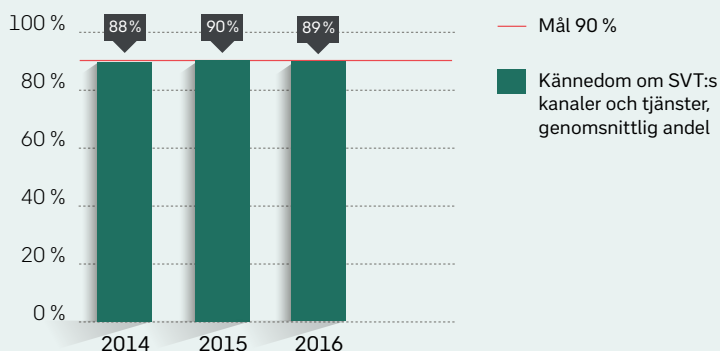


### 3.1.3 Måluppfyllelse professionell kvalitet



Källa: SOM-undersökningen 2016

### 3.2.1 Måluppfyllelse kännedom



Källa: MMS 2016

Sveriges Radio en särställning. Mätningarna visar tydligt att public service-bolagen sticker ut i förhållande till kommersiella medier. Detta gäller även public service-bolagens webbsajter, som av publiken anses ha högre trovärdighet än de uppmätta kommersiella medierna.

**Utvecklingen över tid:** Andelen som har ett högt förtroende sjunker med två procentenheter under det senaste året. Ett inte orimligt antagande är att detta beror på en ökad allmän diskussion om nyhetsbevakning, fakta och medier samt polariseringen i samhället. Minskningen är generell för så gott som alla nyhetsmedier, faktum är att minskningen av förtroendet är mindre för SVT än för många andra medieföretag,

som exempelvis DN, SvD och TV4.

**Skillnader mellan grupper:** SVT har enligt SOM-undersökningen ett högt förtroende i så gott som alla demografiska grupper. I ingen av undersökningens indelningar efter kön, ålder, utbildningsnivå, boendeort eller inkomst understiger andelen med mycket stort eller ganska stort förtroende för SVT 70 procent.

**Exempel på satsningar under året:** SVT har arbetat för att säkra det professionella värdet inte minst genom omfattande utbildningar i bland annat opartiskhet, saklighet och skydd av privatliv. Under året har cirka 800 deltagare genomgått sådana utbildningar i SVT:s regi. Ytterligare ett exempel är den omfattande urvalsprocess som varje år re-

sulterar 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 nuvarande och tidigare medarbetare Bosse Lindqvist och Helena Bengtsson belönades med Stora Journalistpriset. Bosse Lindqvists Experimenten belönades också bland annat med tidningen Sciences vetenskapspris AAAS. Uppdrag Granskning belönades återigen för granskningen av TeliaSone-ras affärer i Azerbajdzjan, denna gång bland annat av antikorrupsionsorganisationen TRACE international. SVT Nyheter vann tre priser vid det europeiska Prix Circom i kategorierna minoriteter i samhället, bästa nyhetsreportage och bästa videojournalist. SVT vann också två guldspadar med inslagen Asylgranskningen och Det italienska handslaget.

Också i andra genrer och inom formatutveckling vann SVT priser. Vid det svenska tv-priset Kristallen vann SVT 11 av 17 kategorier. SVT:s Allt för Sverige vann det prestigefyllda Emmy-priset i kategorin non-scripted entertainment. ESC vann Guldrosen för bästa underhållningsprogram. Det sitter i väggarna vann formattävlingen Eurovision Creative Forum.

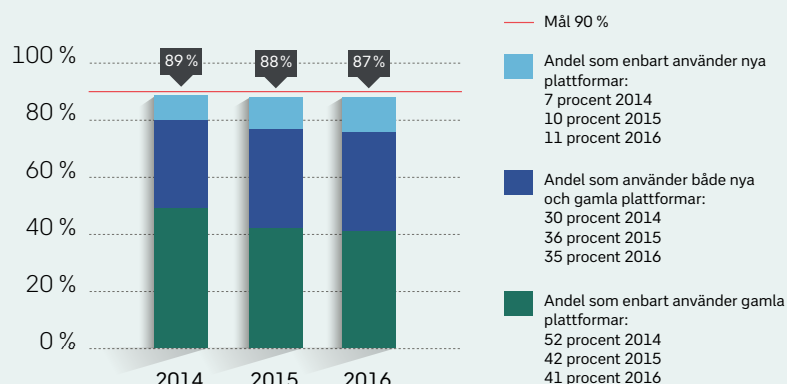
I avdelningen digitala priser vann SVT Nordic data journalism award för en banbrytande grafik om flyktingströmmar och Svenska designpriset för Melodifestivalens logotyp och app samt omgörningen av SVT Sports sajt.

## 3.2 GENOMSLAG

### Kännedom

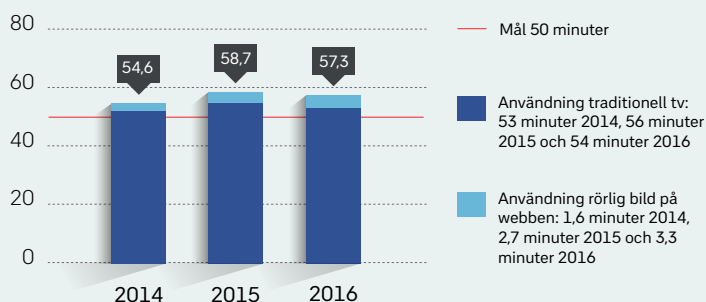
**Måluppfyllelse:** Kännedomen om SVT:s nya kanaler och tjänster är generellt god och målen uppfylls på totalen. Av penetrationsdata, det vill säga hur många som svarat att de har kanalerna installerade hemma hos sig, kan man konstate-

### 3.2.2 Måluppfyllelse räckvidd



Källa: Norstat Plattformundersökning 2016

### 3.2.3 Användning i minuter, per dag



ra att SVT:s fem kanaler genomsnittligt når 9 av 10 hushåll (89 procent). (SVT1 och SVT2 är installerade hos 98–100 procent av befolkningen.) Kännedomen måste därför minst uppgå till dessa värden. SVT har inte lanserat några nya tjänster under året.

**Utvecklingen över tid:** Penetrationsdata visar inte på någon större förändring av kännedomen mellan olika grupper utan har under de senaste åren hållit sig kring 88–90 procent.

#### Exempel på satsningar under året:

SVT:s etablerade tjänster är väl kända av befolkningen. För de nya tjänsterna har SVT goda möjligheter att öka kännedomen 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 inte är storanvändare av SVT:s program. Dessa kan inte nås 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.

#### Räckvidd

**Måluppfyllelse:** SVT:s räckvidd för Q4 2016 var 87 procent enligt SVT:s plattformsmätning, vilket är något under målam ambitionen. 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 knappt 3 av 4 svenskar SVT:s tv-kanaler en genomsnittlig vecka medan nästan hälften tar del av SVT:s webbutbud. Ungefär en miljon svenskar tar idag del av SVT:s utbud enbart via de digitala tjänsterna, främst SVT Play.

**Utvecklingen över tid:** SVT:s totala räckvidd sjunker en procent från 88 till 87 procent. Utvecklingen ska ses mot bakgrund av de mycket snabba skiftena i mediebetendena. 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. Andelen som endast tar del av SVT på annat sätt än via tv ökar under året till 11 procent.

**Skillnader mellan olika grupper:** I så gott som alla grupper överstiger andelen SVT-användare 7 av 10, bland svenskar i åldern 60 + är det 97 procent som uppger att de använder SVT en genomsnittlig vecka. Ett fokuserat arbete behöver bedrivas för att säkerställa 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 67 procent). För de yngre grupperna är möjligheten att ta del av utbudet via interaktiva plattformar en självklarhet. SVT når exempelvis 25 procentenheter fler unga vuxna utan barn och 22 procentenheter fler 16–19-åringar med hjälp av de nya plattformarna. Särskilt starka och snabba är förändringarna i medieanvändning bland barnen.



Mitt i naturen Foto: SVT

**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.

## Användning

**Måluppfyllelse:** Användning av rörlig bild på olika plattformar går att fånga genom MMS:s mätningar. Resultaten, något mer än 57 minuter per person och dag, överträffar målet.

**Utvecklingen över tid:** Tittandet på SVT i broadcast minskar under 2016 med 2 minuter per person och dag, men ligger över den nivå som gällde 2014. Därtill kommer användningen av SVT online. Totalt sett utgör tittandet via in-

ternet cirka 6 procent av tittandet på SVT, eller drygt 3 minuter, vilket är en fördubbling jämfört med 2014.

**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 on demand. Detta återspeglar sig även i användningen av SVT. Även om det genomsnittliga tittandet online endast är 6 procent av det totala tittandet, så är i vissa grupper användningen av SVT online eller till och med högre än användningen av SVT i broadcast.

**Exempel på satsningar under året:** Mot bakgrund av att användarbeteenden skiftar särskilt snabbt bland barnen har SVT haft ett särskilt fokus på att utveckla online-tjänster för barn, som exempelvis Barnplay. Julkalendern *Selmas*

*saga* slog tittarrekord online, men totalt sett är nu *Skam* det mest tittade programmet online någonsin. Skam är ett bra exempel på hur SVT genom profilerade programpubliceringar kan nå en bredare publik med hjälp av SVT Play. I broadcast sticker naturligtvis *Eurovision Song Contest* ut som en särskilt stor satsning.

## Sammantagen analys

SVT:s genomslag är fortsatt mycket stort utifrån alla tre målparametrarna. Användningsmålet överträffas med bred marginal. Kännedomen är hög om SVT:s kanaler och huvudtjänster online. Utmaningen vad gäller genomslagsmålen rör i första hand räckvidden, där SVT nästan men inte helt lyckas kompensera en betydande del av minskningen av användningen av traditionella





Melodifestivalen Foto: Stina Stjernkvist

tv-kanaler med ökad användning online.

Målen för individuell nytta och samhällsvärde är satta som fleråriga strävansmål. Det är i det sammanhanget rimligt att de långsiktiga målen för individuell värde och samhällsvärde inte heller uppnås 2016. Generellt är värdena stabila, men för att långsiktigt närma sig målen krävs en ökning. SVT:s långsiktiga planer, som beskrivs i kapitel 10, adresserar bland annat detta och betonar särskilt SVT:s bildningsuppdrag och utmaning att nå ut till alla grupper i samhället.

Det finns anledning att analysera hur den ökade polariseringen i samhället påverkar attityden till medier i stort och även till public service. Förra året präglades av migrationsdebatten. Detta år har vi sett en ökande polarisering och debatt kring en rad världshändelser, från

terrorism och cyberattacker till omdiskuterade och konfliktfyllda val som Storbritanniens omröstning om EU-medlemskap och USA:s presidentval. En diskussion om journalistikens betydelse har initierats och public services uppgift att opartiskt och sakligt skildra och granska vad som sker både i Sverige och utomlands blir allt viktigare.

Parallellt ökar vikten av att public service verkar för att hålla Sverige samman genom att bygga broar mellan människor i samhället, genom att spegla Sverige och genom att samla människor till gemensamma upplevelser. Att upprätthålla rollen som nationellt samlande och skapare av en arena där alla kan mötas är en av SVT:s viktigaste uppgifter framåt. Fortsatt är användningen av SVT:s program något som förenar.

Det är en utmaning att upprätthålla

positionen som brobyggare när starka krafter drar isär samhället. Likaså är det en stor utmaning att behålla förtroendet och en allt intensivare samhällsdebatt kan mycket väl leda till att förtroendet för medier generellt kommer att minska under en tid. SVT:s mål är att fortsätta vara den mest trovärdiga och pålitliga nyhetskällan och under året har SVT i huvudsak lyckats hålla emot en ökad misstro mot medier. För att klara att upprätthålla såväl den rollen som den samlande rollen krävs betydande insatser. Det är för SVT det viktigaste fokusområdet i årets utbudsplanering, som i första hand tar sikte på valåret 2018.

Likaså innebär den snabba polariseringen mellan olika grupper vad gäller mediebeteenden en utmaning för SVT. Andelen som anser att det individuella värdet är mycket högt eller ganska högt

är betydligt högre i grupper med traditionella medievanor. För SVT är det därför en särskilt stor utmaning att nå ut till de grupper som i första hand använder nya plattformar för att ta del av nyheter och rörlig bild. Internationella giganter som Google/Youtube, Facebook och Netflix tar tillsammans upp emot 70 procent av publikens tid online, enligt publikens egna skattningar. SVT är idag den enda svenska aktör som med 13 procent av tittartiden online över huvud taget kan mäta sig med någon dessa aktörer. Detta innebär för SVT mycket höga krav på både teknisk och innehållslig kvalitet. En styrka i sammanhanget är dock SVT:s ställning i broadcast. Fortfarande är det så att SVT, om tv-kanalerna räknas in, har en betydligt större del av tittandet på rörlig bild än de tre jättarna tillsammans.

SVT kommer att fortsätta utveckla utbudet och erbjudandet för publiken för att behålla genomslaget. Särskilt viktigt är det att upprätthålla räckvidden när användningen skiftar till nya plattformar. Detta gäller inte minst barnen, som i allt högre grad tar del av SVT:s tjänster online. I det sammanhanget är det värt att peka på den utmaning som det innebär att public service-bolagen inte kan tillgodoräkna sig utbudet online som en del av utförandet av uppdraget. SVT har under hösten begärt att regeringen skyndsamt åtgärdar detta.

För att publiken ska välja SVT:s program krävs att de upplevs som högkvalitativa och relevanta men även plattformarna måste vara attraktiva och lättanvända. Det är också dessa parametrar som kan generera ett högre upplevt individuellt värde. Dessutom behöver SVT öka kännedomen om företagets erbjudande hos de grupper som använder SVT mer sällan. För att åstadkomma det gäller det, bland mycket annat, att finnas lätt tillgänglig på de skärmar som publiken väljer att använda, oavsett om det är en smart telefon eller

en stor tv-apparat i vardagsrummet. På så sätt samspelar de olika målen.

För att upprätthålla och öka samhällsvärdet sker bland annat flera satsningar för att SVT bättre ska spegla hela Sverige och flera satsningar för att öka SVT:s bidrag till nyfikenhet, förståelse och engagemang. En betydande del utgörs även av planeringen inför valåret 2018. SVT:s planer utvecklas ytterligare i kapitel 10.



Vänligen Lars Lerin Foto: Janne Danielsson



# 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 haft sju programbeställare 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 innan programåret för att skapa goda förutsättningar för planering av produktionerna 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 under löpande uppdragsprocess vända sig till någon av SVT:s programchefer eller beställare för att presentera ett nytt programförslag. Alla SVT:s 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](http://svtb2b.se). Där samlas allt material som är till nytta 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 programförslag, och

fungerar som en samarbetsplattform där det tydligt anges vilka personer i SVT:s organisation som har tillgång till respektive programförslag. Tjänsten samlar all konversation kring programförslaget och alla bilagor på en och samma plats och skickar också påminnelser när programförslag har blivit liggande utan åtgärd. På detta sätt eftersträvar SVT att vara transparenta, tydliga, pedagogiska och snabba i sin hantering av programförslag, samt att interna och externa programförslag likabehandlas.

## 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



Hashtag Foto: Janne Danielsson

demokratiska 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 2016 bedrevs en mycket omfattande utbildning med både grundutbildningar för olika redaktioner och yrkesgrupper och mer skraddarsydda kurser för speciella projekt, nya medarbetare

med flera. Totalt har utbildningarna direkt berört nästan 800 deltagare under 2016.

### Kontroll av indirekt sponsring

Indirekt sponsring av program är benämningen på den finansiering som sker av samarbetspartners verksamhet vid samproduktioner eller vid inköp eller förköp av visningsrätter. Uttrycket indirekt sponsring innebär att pengarna inte får tillfalla SVT direkt, utan är en del av samarbetspartners finansiering. Den indirekta sponsringen får inte leda till misstanke om att SVT:s programval påverkas på ett sätt som står i strid med kravet på oberoende.

SVT begär redan i standardavtalen vid samproduktion en fullständig budget och finansieringsplan från produktionsbolagen. Även vid köp eller förköp av visningsrätt till ett färdigproducerat eller inte färdigproducerat program har SVT i förvärsavtal begärt att så långt

som möjligt ha insyn i produktionernas finansiering för att kunna ta reda på om det finns indirekta sponsorer.

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 år 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 2016 deltog 68 representanter från 34 olika produktionsbolag i utbildningen.

SVT blev under 2016 uppmärksammat på att ett produktionsbolag tagit emot pengar från företag i utbyte mot utlovad exponering i SVT, ett klart regelbrott och oförenligt med SVT:s avtal med den konkreta aktören. Ärendet är ännu inte avslutat. Fallet handlar om förköp av svenska visningsrätter, en produktion som kan bedömas som särskilt riskfylld ur ett indirekt sponsringsperspektiv. SVT har valt att se över såväl organisation som rutiner och konkreta avtal på området, som omfattar cirka 80 timmar om året att ställa mot exempelvis de internationella inköpen på 2 500–3 000 timmar eller den svenska allmän-tv-produktionen om cirka 2 000 timmar.

Som ett resultat av översynen kommer en striktare hantering än den som tidigare gällt och accepterats av bland annat Riksrevisionen att införas. Bland annat kommer alla förköp av visningsrätter hanteras av Allmän-tv som också hanterar bland annat samproduktioner och produktionsutläggningar.

### Granskningsärenden

Anmälningar mot SVT till Granskningsnämnden tillsänds till 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 Granskningsnämnden, 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 Granskningsnämnden.

De ärenden som Granskningsnämnden 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 arbetssätt och rutiner.

Antalet anmälda program och inslag till Granskningsnämnden har ökat under flera år.

Nämnden samlar de enskilda anmälningarna ämnesvis. Statistiken visar att det var 778 samlingsärenden under 2016 (varav 610 beslutade) mot 739 ärenden under 2015. SVT fick yttra sig i 72 ärenden under 2016 mot 61 året innan. Av dessa ärenden ledde 23 till fällande beslut mot 15 under föregående år.

Grunderna för de 23 fällningarna 2016 fördelades på följande sätt: gynnande 9, privatliv 5, saklighet 3, genomslag 3, opartiskhet 2, sponsring 1. Ett ärende kan fällas på flera grunder.

SVT analyserar årligen i detalj yttranden och fällningar och justerar utbildningsverksamheten och rådgivningen utifrån analysen. SVT kan konstatera att under året har fällningarna för bland annat opartiskhet och saklighet varit mycket få, mindre än hälften av snittet för de senaste tio åren. Däremot har något fler fällningar för intrång i privatlivet skett. Dock förklaras den totala ökningen nästan helt av ett antal fällningar för otillbörligt gynnande, huvudsakligen i form av synliga varumärken i bild. Därför har en ny utbildningsmodul tagits fram som specifikt behandlar otillbörligt gynnande. Utbildningar planeras att hållas för alla programchefer och projektledare, alla lokala redaktioner samt riksnheterna och sporten.

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

SVT har heller inte sänt 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 2016 har SVT inte lanserat några nya permanenta programtjänster eller tjänster av större betydelse inom ramen för kärnverksamheten eller den kompletterande verksamheten.

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 2016 var 72 procent av de 22 818 sända timmarna på svenska.

Sveriges Radio består de övriga public service-bolagen i språkvårdsfrågor. På SR finns en särskild avdelning som har till

#### 4.5 Andel timmar på svenska 2016

Totalt: 22 818 timmar



uppgift att vara rådgivande och agendasettande 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 spegla hela landet har SVT en organisatorisk strategi som bygger på fem centrala delar: Delegerad beslutsmyndighet över innehåll, fast närvaro på 33 orter, hög andel anställda i den decentraliserade programorganisationen, stor möjlighet till närvaro i andra delar av landet genom flexibilitet i programplaneringen, samt säkerställande av tillräckliga resurser. 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 beslutsmyndighet över innehåll

SVT ska enligt anslagsvillkoren ha en decentraliserad organisation som skapar goda förutsättningar för självständigt 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 programmets innehåll och utformning. Exempelvis är det den lokala redaktionschefen som avgör nyhetsprioriteringen i de lokala nyhetssändningarna. Det är viktigt att påpeka att verksamheten i Stockholm är en självständig region för såväl allmän-tv-produktionen som den regionala 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 programutvecklingsprocess utformad för att säkerställa att den decentraliserade programorganisationen har inflytande även på övergripande beslut (se nedan).

### Fast närvaro på 33 orter

SVT har det senaste dryga året kraftigt ökat sin närvaro på olika orter i landet och hade under 2016 fast närvaro på 33 orter. I början av 2017 öppnar SVT ytterligare en redaktion i Övertorneå. Därmed har SVT:s förmåga i landet som helhet att effektivt kunna spegla respektive områdes särprägel och egenart förstärkts.

Valet av antalet orter innebär alltid en avvägning mellan olika intressen. En

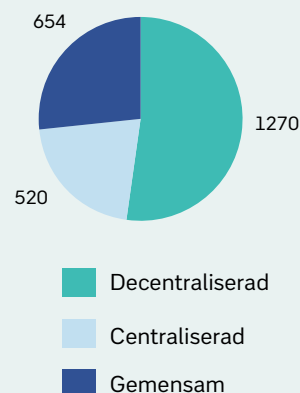
#### 4.6.1 Antal anställda per område

Samtliga anställningsformer

Ort	Antal
Borås	2
Eskilstuna	14
Falun	53
Gävle	11
Göteborg (inkl. Angered)	216
Halmstad	10
Helsingborg	6
Hudiksvall	3
Jönköping	13
Kalmar	3
Karlskrona	13
Karlstad	25
Kiruna	21
Linköping	1
Luleå	23
Malmö	166
Norrköping	36
Skellefteå	5
Stockholm (inkl. Rinkeby)	1 516
Sundsvall	26
Sälen	1
Södertälje	5
Uddevalla	2
Umeå	139
Uppsala	12
Visby	1
Västerås	18
Växjö	57
Örebro	29
Örnsköldsvik	2
Östersund	15
<b>Totalsumma</b>	<b>2 444</b>

#### 4.6.2 Antal anställda per område

Samtliga anställningsformer







Korrespondenterna Foto: SVT

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, 1 270 medarbetare, anställda inom ramen för vad som ovan definierats som den decentraliserade programorganisationen. 520 var anställda inom företagsövergripande pro-

gramverksamhet (SVTi, SVT:s riksenheter och sport). Resterande 654 anställda arbetar inom en lång rad verksamheter och 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 över 1 000 medarbetare anställda i den decentraliserade organisationen visar att SVT har en hög närvaro av personer ute i landet med kunskap om och förankring i de olika regionerna. Alla siffror beskriver anställda inom samtliga anställningsformer.

## 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 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 medarbetare och experter runt om i landet även utanför SVT:s 33 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. Närmare en miljard kronor användes för anlitande av externa medverkande samt till svenska produktionsutläggningar, samproduktioner och förvärv 2016.

## Säkerställande av tillräckliga resurser för speglingsuppdraget

Att den decentraliserade delen av SVT:s organisation har tillräckliga resurser säkerställts 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 programbudgeterna 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 programledningen att kontinuerligt säkerställa att den decentraliserade organisationen har till-

räckligt med resurser för att SVT ska svara mot uppdraget och detta säkerställs i flera led inom ramen för SVT:s programplaneringsprocess, bland annat ur resurshänseende genom att övergripande beslut remitteras mot divisionerna. Uppdragsprocessen avslutas med en så kallad handskakning där SVT:s divisioner, som innefattar den decentraliserade organisationen, och programledning ömsesidigt godkänner uppdragen.

Sett som andel av resursen utgör den regionala verksamheten cirka hälften av kostnaderna inom nyhetsverksamheten vilket medger goda resurser för att effektivt spegla 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 Stockholm är som ovan nämnts lika decentraliserad som verksamheten i Umeå, Malmö och Göteborg. Kravet på en decentraliserad 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 programmedel 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

Sveriges Television bedriver en kontinuerlig utveckling av produktionsteknik, metodik och produktionsflöden för att göra verksamheten så effektiv och rationell som möjligt. Via en intern årlig process prioriteras de projekt som har störst effekt för publiken och som gör verksamheten mer effektiv så att medel kan

slussas över till programverksamheten. Nedan beskrivs ett antal projekt som genomförts under året och i kapitel 7 och 9 beskrivs de utvecklingsprojekt som har särskilt fokus på tillgänglighet respektive rationalitet.

2016 har SVT:s produktionsstruktur förändrats för att bättre möta behoven inom nyheter och allmän-tv. Potentiella synergier identifieras tidigt och samarbeten möjliggörs mellan SVT:s produktionsorter. Till exempel använde SVT under produktionen av *Sveriges bästa hemtjänst* ett planeringsverktyg utvecklat för dramaproduktioner vilket ledde till avsevärt bättre planeringsförutsättningar och kortare tid i redigering och loggning.

Under 2015 utvecklade Sveriges Television inom ramen för European Broadcasting Union (EBU) och teknikindustrin en standard för att utveckla tjänster i tv-apparaten, den så kallade HbbTV-standard. HbbTV innebär en integrering mellan traditionell tv och bredbands-tv och möjliggör en utveckling av tjänster som att spola bakåt, starta om, se nästa inslag och en rad funktionaliteter som gör tittandet till en bättre upplevelse. I samband med detta utvecklades även applikationer för så kallad smart-tv. Detta har bland annat möjliggjorts för att den tekniska lösningen fungerar på alla olika fabrikat och inte som tidigare att varje modell behövde en separat lösning. Tjänsterna lanserades för den svenska tv-publiken under 2016.

Utvecklingsarbetet med VR-teknik (virtual reality) fortsatte även under 2016 inom ramen för Musikhjälpen. Produktionen livefilmades med en 360-graders kamera som ger en sfärisk panoramisk bild som fångar allt i omgivningen. Genom mobiltelefonens inbyggda gyro kunde man titta runt i sfären genom att röra på huvudet, precis som i verkligheten.

Under 2016 testlanserades SVT *Språkplay* – en SVT Play-applikation med



interaktiva undertexter på 18 olika språk. Syftet med SVT Språkplay är att tillgängliggöra SVT:s programutbud för fler nyanlända och andra med behov av att utveckla sin svenska. I september 2015, mitt under den stora flyktingströmmen i Europa, inleddes ett samarbete med den ideella organisationen Språkkraft, som hade såväl teknik som kunskap att producera en applikation med svenskt språkstöd för olika invandrarpråk. Samarbetet ledde till att en video-applikation med interaktiva undertexter utvecklades. Användaren väljer program där det finns valbara svenska undertexter där orden i undertexterna är klickbara. Översättningen av orden visas på det språk användaren har angivit som sitt förstaspråk. Användaren kan också spara sina ord i en ordlista för att återkomma till dem senare. Hittills har 30 000 användare laddat ner applikationen som har 4–5000 aktiva användare per vecka. Bland användarna finns både privatpersoner och pedagoger inom SFI och skola.

En annan utveckling av SVT Play för att öka tillgängligheten var att röststyrning introducerades. Utöver att kunna söka på innehåll i huvudmenyn kan användaren även söka på material inuti SVT Play som kategorier eller namnen på serier och film genom att tala in sökordet i sin telefon eller sin tv-box. SVT var första svenska mediebolag att lansera detta.

För de allra minsta barnen har SVT utvecklat applikationer som möjliggör att barnen kan interagera med Bolibompa-draken i en 3D-värld och lätt själva välja vad de vill titta på i en trygg miljö. Det finns även verktyg för föräldrarna för att skapa trygghet och välja hur länge man vill leka med draken och titta på filmerna.

För de lite äldre har SVT 2016 lanserat appen *Duo*, en applikation som gör tittandet roligare och intressantare och skapar möjligheter för publiken att agera interaktivt med tv-programmen. Istället för att varje program har sin egen app har SVT

samlat många funktioner i en enda. Det kan handla om att gissa värdet på föremål i *Antikrundan*, delta i omröstningar och göra inlägg i *Opinion Live*.

#### 4.8 BEREDSKAP OCH SÄNDNINGSKVALITET

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.

2016 sände programkontrollen ut totalt 114 017 program i kanalerna SVT1, SVT2, Barnkanalen, Kunskapskanalen och SVT24. Statistiken över antalet sända program inkluderar såväl förstasändningar som repris, 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.

2016 rapporterade programkontrollen att 61 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 direktsändningar, 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 18 tillfällen under 2016.

# 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 22 818 timmar varav 8 745 timmar var förstasändning. Efter omläggningen av de regionala nyheterna sänds 21 lokala sändningar. Det medför att det tillkommer 164 timmar regionala sändningar i SVT1 och SVT2 ur ett tittarperspektiv men totalt producerades och sändes hela 3 450 timmar från alla regioner. Dessutom sändes 943 timmar rullande text-tv-sidor, så kallad text-tv in vision.

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

Under 2015 förnyades avtalet mellan SVT och UR som bland annat reglerar överenskommelser om sändningstid och rutiner och kostnader kring sändningarna och det avtalet har fortsatt att gälla under 2016.

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.

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

Barnkanalen är en reklamfri kanal för barn i olika åldrar med omfattande svensk originalproduktion. Barnkanalen sänder mellan klockan 05.30 och 21.00. I kanalen erbjuds barnen nya möjligheter att se programmen på olika tider. Därav de många repriseringarna under dagtid. Här ges också möjlighet att återutsända program som tidigare barngenerationer uppskattat. De utländska programmen bearbetas för att passa barnen, främst genom dubbing och textning.

Kunskapskanalen samlar kunskapsutbudet från SVT och UR i en enhetlig och tydlig miljö. En gemensam tabbläggning av programmen sker mellan bolagen.

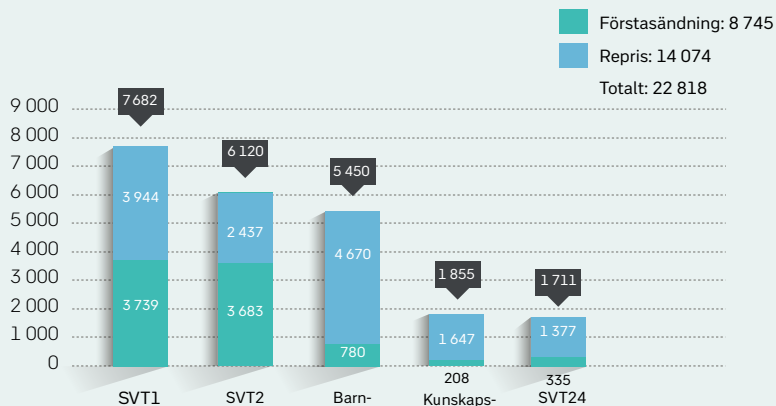
SVT24 sänder allmän-tv-program som är särskilt riktat till ungdomar, främst svenska produktioner från SVT1 och SVT2, från 21.00 till 05.30. Kanalen

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 parallellsändningar särskiljs de inte i denna rapporters sändningsstatistik och de räknas alltså inte dubbelt i någon sändningsstatistik.

SVT World är SVT:s kanal för svensktalande 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 finansieras genom ett särskilt anslag i statsbudgeten. Övrig verksamhet inom SVT World finansieras genom abonnemangsavgifter och räknas som sidoverksamhet. SVT World sänder dygnet runt, huvudsakligen svenskproducerade program från SVT:s samtliga kanaler. UR svarade för 286 timmar av det utbudet. Under året fattades beslut om att lägga ner sidoverksamheten av SVT World under 2017, se vidare kapitel 9.4.

### 5.1.1 Den totala sändningstiden per kanal i SVT i timmar 2016



Se bilaga 3.

## Tjänster på internet

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 för on demand, som startar på förfrågan från tittaren.

### svt.se

svt.se har ett basutbud av programsidor, nyheter, sport och barnutbud och dessutom ett antal spetsinsatser kopplade till programtitlar eller ämnesområden.

På svt.se erbjuds information om SVT:s hela programutbud och innehåll som skapar ett mervärde till programmen som sänds i tv. SVT ställer samma krav på webbutbudet som på det tv-utbudet beträffande exempelvis opartiskhet och saklighet, variation och mångfald, hög kvalitet och nyskapande form.

På SVT Nyheter finns utrymme för fler nyheter, även mer fördjupning, än vad som ryms 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.

På svt.se finns även service på minoritetsspråken finska, meänkieli och samiska med program, nyheter och information.

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 nyhetsinslag eller program med otäcka bilder. Det finns också en möjlighet att aktivera ett barnskydd som förhindrar att program som det särskilt varnas för inte kan starta i SVT Play.

SVT agerar också på sociala medier av främst två anledningar. Dels för att öka möjligheten till kontakt och dialog med publiken, dels för att marknadsföra och berätta om programmen för den publik som inte nås via SVT:s vanliga broadcast-kanaler eller som inte självklart hittar utbudet på svt.se eller SVT Play.

## SVT Play

Huvuddelen av innehållet i SVT Play består av sända program. Därutöver

finns också ett antal webbunika program och livesändningar. De flesta svenska programmen är tillgängliga under 30 dagar från sändning av den sista episoden. Programmen speglar genrebredden som sänds i broadcast.

Samtliga SVT:s kanaler live-streamas i SVT Play parallellt med de ordinarie sändningarna.

Utöver dessa parallelsändningar sänds 2 180 timmar 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 eftersnack för program inom underhållning, nyheter och sport.

## Öppet arkiv

Tjänsten erbjuder publiken 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 årtider.

I och med årsskiftet 2016 har SVT ingått nya avtal med rättighetsorganisationerna som begränsar volymen som tillgängliggörs i Öppet arkiv, men som möjliggör för SVT att visa delar av utbudet också inom SVT Play. Det har inneburit att antalet timmar som fanns tillgängligt den 31 december 2016 hade minskat från drygt fem tusen timmar till knappt två tusen timmar. I gengäld finns en större mängd material även från tiden efter 2005 tillgängligt inom SVT Play. Utbudet i tjänsten Öppet Arkiv varierar i högre utsträckning än tidigare över året. Målet är att utbudet ska bli mer relevant och lätt att hitta.

### 5.1.2 Timmar på internet

	2014	2015	2016
Antal sända timmar	2 239	1 871	2 180
<i>Antal tillgängliga timmar den 31 december</i>			
Program	3 535	6 250	5 962
Klipp	3 435	5 000	3 790
Öppet arkiv	3 890	5 322	1 896
Summa	10 860	16 572	11 648

## 5.2 MOTTAGNINGS- PLATTFORMAR

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 (utom SVT World) sänds okrypterat via det digitala marknätet, som täcker 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen i landet. Kanalerna är även nåbara via kabel-tv, satellit, IPTV genom fiber samt det öppna internet. Vid utgången av 2016 fick uppskattningsvis en knapp femtedel av befolkningen sin tv-signal enbart via marknätet. Kabel-tv användes av hälften av befolkningen. Drygt en tiondel 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.

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 operatörers egna plattformar.

SVT:s programutbud finns inte tillgängligt på exempelvis sociala medie-plattformar, utan SVT prioriterar utvecklingen av de egna tjänsterna. SVT:s närvaro i sociala medier syftar till marknadsföring och/eller publikdialog (se nedan).

## 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 tillgoda göra 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 anslagsvillkoren. 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 däremot 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 bortredigerade 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 kostnader 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





Musikhjälpen Foto: Jannie Flodman

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 närvaro 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 Granskningsnämndens 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 sänts 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 programsidorna 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 siffervärde.

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.

Eftersom SVT lägger i princip all avgiftsfinansierad 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 innehållsliga 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 publikt uttryck i samband 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 Granskningsnämndens snävare, hårdare definition av kärnverksamhet.





Fråga Lund Foto: Carl-Johan Paulin

# 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 sänder cirka 22 800 timmar årligen. 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 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 2015 så har det endast skett marginella förändringar. Den största skillnaden är att utbudet av underhållning har minskat och det gäller främst reprisering. Andelen nyheter har åter ökat jämfört med 2015. Ökningen av produktionen av regionala nyheter fortsätter och är nu uppe i 3 450 timmar, en ökning med nästan 900 timmar jämfört med 2014. Den ökningen märks inte i ovanstående statistik som helt exkluderar dessa 21 parallella sändningar. Från varje lokal redaktion sänds 164 timmar per år.

En annan viktig indikator som visar om SVT lever upp till villkoren om ett brett utbud är det index som redovisas i de mätningar som genomförs av medieforskaren Kent Asp från Göteborgs Universitet. Rapporten, som publiceras hos Myndigheten för press, radio och tv, utförs årligen. Den senaste rapporten som publicerades i mars 2016 och gäller 2015 visar att SVT har det bredaste utbudet av

alla tv-kanaler i Sverige och att SVT1 och SVT2 uppvisar en ungefär lika stor andel informationsinriktade och underhållningsinriktade program. Den visar också att bredden har varit relativt konstant under de senaste tio åren.

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 play-tjänstens programarkiv i högre grad består av program som har ett stort värde även över tid. Nyheter utgörs av extrasändningar 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



### 6.1 Andel av utbudet per programkategori exklusive barn och unga

Baseras på 16 950 timmar



Se bilaga 3.

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*.

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. Det är numera inte ovanligt att den första publiceringen sker online och att publiceringen i broadcast kommer senare.



Konstnärsdrömmen Foto: Ola Kjelbye

# Särskilda uppdrag och målgrupper

## 7.1 JÄMSTÄLLDHET, MÅNGFALD OCH SPEGLING

SVT sändningstillstånd betonar att verksamheten ska bedrivas ur ett jämställdhets- och mångfaldsperspektiv, liksom att SVT:s program ska spegla förhållanden i hela landet och den variation som finns i befolkningen. Arbetet att uppfylla kraven 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 människor med olika demografisk bakgrund medverkar i programutbudet och i arbetet med att producera dem.

SVT:s mångfaldspolicy formuleras enligt nedan:

- SVT är till för alla. Alla människor är lika mycket värda.
- 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 övertygelser, sexuell orientering, funktionsnedsättning och behov av tillgänglighet. Hänsyn ska också tas till sociala och regionala aspekter.
- Sveriges befolkning ska avspeglas i såväl utbud som i sammansättning av vår personal.

SVT:s arbete med Sverigespeglings och likabehandling ska ske systematiskt utifrån följande perspektiv: kön/genus (jämställdhet), svensk/utländsk bakgrund, regional spegling, funktionsnedsättning, nationella minoriteter, sociala aspekter, sexuell orientering, ålder, tro/livsåskådning.

Utifrån mångfaldspolicyn har en

speglingsstrategi skapats. Den är uppdelad i fyra ansvarsområden:

- Programval och innovation
- Programval och tjänsteutformning
- Bemanning och likabehandling
- Värderingar och språk

Varje ansvarsområde har en tydlig delegation i organisationen med uppgiften att skapa mål och aktiviteter för verksamheten. Det kan exempelvis handla om att mångfaldsplaner ska tas fram för utbudet inom varje programgenre och att kompetensbaserad rekrytering tillämpas i samtliga rekryteringar eller att särskilda utbildningar genomförs för att säkra en god kunskapsnivå hos chefer och medarbetare om frågorna. När det specifikt gäller jämställdhet kan nämnas sportens stora arbete med att säkerställa en jämn könsfördelning i programmen. Begreppet kön/genus inbegriper frågor om jämställdhet. Jämställdhetsarbetet genomsyrar därmed alla fyra ansvarsområden.

Vissa redaktioner har dessutom till-





Dokument utifrån Foto: SVT

lämpat egna metoder för att öka mångfalden i programutbudet. Några arbetar aktivt med mångfaldschecklistor som också inkluderar mätning av andelen medverkande med funktionsnedsättning.

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 betraktar dessa mätningar som redaktionellt material. Mätningarna syftar till att blottlägga brister och blir då bra förändringsverktyg i arbetet att öka mångfalden.

SVT:s övergripande mål gällande mångfald och spegling är att andelen människor som anser att SVT speglar hela Sverige ska öka. 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 62%)
- 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 51 %)
- SVT ger utrymme för många olika åsikter och perspektiv (idag 58 %)

Under året har Allmän-tv i Stockholm fortsatt driva sitt talang- och mångfaldsprojekt och haft fokus på sverigespeglings och likabehandling genom ökad inkludering och breddad representation.

Prioriterade områden har varit rekrytering av personer med nya perspektiv till nyckelfunktioner. Därtill har rekryterats talanger med andra perspektiv, kompetenser och bakgrunder till programproduktionen.

Under året har två medievetare engagerats för en intersektionell analys av 50 programtitlar från 2015. Detta gjordes för att synliggöra omedvetna förutfatta-

de meningar och feltolkningar samt att bidra med konstruktiva förslag om hur vi frångår rekonstruktion av stereotypa bilder. Under 2017 kommer dessa analyser leda vidare till konkreta handlingsplaner, där programchefer och projektledare kommer att jobba vidare med resultatet.

Inom Allmän-tv i Stockholm har även ett internt nätverk av medarbetare med intersektionell bakgrund och kompetens etablerats. Syftet är att synliggöra den kompetens som redan finns inom verksamheten, gällande normbrytande perspektiv och förändringsledarskap, samt hur detta bättre kan tillvaratas.

SVT har fortsatt att utveckla sitt externa nätverksbyggande och har nu etablerat kontaktytor med över 100 nätverksorganisationer runt om i landet. Genom detta kunskapsutbyte har SVT synliggjort public service för målgrupper som SVT har svårt att nå både som producenter och publik.

Mångfaldsarbetet inom Nyhetsdivisionen bedrivs i hela organisationen, både lokalt och i den rikstäckande programverksamheten. 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 tagit fram språkråd för nyhetsförmedling med förslag på formuleringar kring mångfaldsbegrepp. Tipsen har publicerats även externt för att stimulera en diskussion utanför redaktionen. Dokumentet revideras återkommande, senast i november 2016, och finns som stöd i det journalistiska arbetet. Under 2016 genomfördes ett divisionsövergripande projekt om perspektiv i bevakningen. Samtliga medarbetare genomgick workshops med syfte att öka förståelsen för sverigespeglingsen.

Nyhetsdivisionen 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 journalistutbildningar. 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.

Under 2014 inleddes en stor omorganisation på regionala nyheter med syfte att bättre spegla hela Sverige ur flera aspekter och i enlighet med sändningstillståndet: Nyhetsförmedling och samhällsbevakning ska ha olika perspektiv, så att händelser speglas utifrån olika geografiska, sociala och andra utgångspunkter. Under 2016 invigdes nya redaktioner i Angered och Rinkeby.

Det medvetna arbetet med att säkerställa mångfald i rekryteringen, både riks och lokalt, har bidragit till att en avsevärd större andel av praktikanterna

har olika bakgrund. När det gäller tillsvidareanställda har andelen ökat tack vare mer medvetna rekryteringar, men SVT har lägre andel medarbetare med mångfaldsbakgrund än befolkningen i stort.

Ytterligare ett initiativ under året är Sportredaktionens användning av ett nytt verktyg som mäter hur stor andel män respektive kvinnor som förekommer på huvudsajten och de olika undersajterna. Verktyget sprids nu till andra delar i divisionen och utgör ett värdefullt diskussionsunderlag.

Mätningen av utländsk bakgrund (minst en förälder född utomlands) för hela SVT:s personal genomförs numera vart annat år varför inga nya resultat redovisas för 2016.

### Allmänproduktion – 55-procentskravet

För att säkerställa att SVT speglar hela landet har SVT en omfattande produktion utanför 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 förlagd 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 2016 var 55 procent (56 procent 2015) vilket innebär att SVT levt upp till villkoret.

## 7.2 NYHETER OCH SAMHÄLLSBEVAKNING

2016 var ett nyhetsintensivt år med folkomröstning om EU-medlemskapet i Storbritannien, det amerikanska presidentvalet, terrordåd i Frankrike, Belgien och Tyskland, kuppförsoket i Turkiet och dess efterverkningar, fotbolls-EM, och OS i Rio.

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 ämnesspecifika nyhetsprogram skapa en mångfald av urval, analyser, kommentarer och granskningar. Såväl inom ramen för nyhetsprogrammen som särskilda

debatt- och diskussionsprogram 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.

Sveriges Televisions uppdelning med målgruppsinriktade program och program med olika tilltal och uppdrag är en garant för en bredd i urval och analyser och säkerställer att en mångfald av röster kommer till tals. Inom Nyhetsdivisionen säkerhetsställs mångfalden i utbudet och redaktionernas självständiga urval av en mängd faktorer. Samtliga redaktioner har egna ansvariga utgivare. Lokalt finns 19 utgivare, medan det på riksstredaktionerna i Stockholm och Umeå finns fyra (sport, aktualitetsprogram, riksstnyheter samt Sverige idag) samt två för minoritetsspråken samiska och finska.

## Nyheter

Nyhetsprogrammen har skilda identiteter och format. Variationen är stor. Utbudet spänner från nyhetsnära *Sportnytt*, *Lilla Aktuellt*, *Oddasat*, *Sverige idag* och lokala nyhetssändningar till mer fördjupande *Agenda* och *Korrespondenterna*. Riksstnyheterna levererar korta bulletiner, ett längre sammanfattande format som *Rapport* och ett fördjupande magasin som *Aktuellt*.

Samtliga nyhetssändningar har självständiga redaktörer som präglar respektive sändnings innehåll och tilltal. Det är ett omfattande utbud. Aktuellt och Rapport sändes 825 timmar i broadcast och de regionala/lokala redaktionerna producerade 3 450 timmar totalt varav den lokala publiken mötte 164 timmar från varje enskild redaktion. För sändningar via internet producerades 864 timmar och de nyhetsorienterade programmen *Gomorrön Sverige* och *SVT Forum* producerade 510 respektive 1 500 timmar.

2016 blev ett genomslagsår för nyhe-

ter i mobilen. Internet och mobilen har kommit att bli svenskarnas primära informationskälla. Eftersom det är avgörande för public service att vara en relevant nyhetsförmedlare för både yngre och äldre har en omställning skett för att stärka relationen med den yngre nyhetspubliken som söker nyheter över internet via dator och mobil. SVT har under året utvecklat nya digitala berättarformat som lämpar sig för mobil användning där grafik och fakta är bärande delar. Antalet direktsändningar sända på internet har också ökat och utgjort en viktig service under pågående nyhetsskeenden.

Med grund i en analys gjord 2014 av nyhetsverksamheten inleddes arbetet att bättre spegla hela Sverige. Sveriges Televisions regionala nyhetsverksamhet har sedan slutet av 1960-talet varit väsentlig för företagets förankring i hela landet. Våren 2015 sjösattes den nya organisationen. Tabblån lades om och alla regionala nyhetsredaktioner fick nya sändningstider och programuppdrag då SVT gick från 11 regionala nyhetsprogram och sajter till 21 egna regionala nyhetsprogram och sajter. Varje program förutom nyhetsprogrammen från Helsingborg och Södertälje har sin egen ansvarige utgivare. 2016 var det första hela år då den nya lokala organisationen verkade fullt ut. Ett stort antal journalister rekryterades.

För publiken har det inneburit en mer relevant journalistik och ett större utbud. Sändningarna når cirka 450 000 fler tittare i broadcast under förkvällen och nära dubbelt så många via internet-tjänsterna jämfört med tidigare. Utbyggnaden av SVT:s lokala nyhetsservice fortsatte under året. Den nyetablerade Rinkebyredaktionen började sända under 2016 och ytterligare en ny lokalredaktion startade i Angered och beslut fattades att under 2017 starta en 34:e redaktion i Övertorneå.

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 och relevans också genom snabbhet. En konsekvens av teknikutvecklingen är att publiken förväntar sig ett ständigt flöde av information och konstanta uppdateringar. Vid stora nyhetshändelser sprids snabbt både information och desinformation och en viktig uppgift för SVT blir att stå för källkritik och sortering, med saktligheten och opartiskheten som grund. Det kan finnas en inneboende motsättning mellan trovärdighet och snabbhet, men som nyhetsleverantör kan inte SVT längre vänta tills hela bilden har klarnat eller till dess att alla uppgifter bekräftats. Lösningen är en ökad transparens och tydlighet när det gäller bekräftade och obekräftade uppgifter.

SVT:s riksstnyheter har under 2016 genomgått omfattande förändringar för att de interna strukturerna bättre ska svara mot publikens ändrade beteenden. Fokusgruppsintervjuer, studieresor, personalenkäter och ett omfattande eget analysarbete har legat till grund för omorganisationen.

Ett fokus har varit att bli ännu snabbare och integrera de olika nyhetsredaktionernas arbete för att skapa ett flöde av information på alla plattformar. En nyhetsflash i mobiltelefoner följs av en webbpublicering som i sin tur följs av en live-sändning på nyhetssajten med gäster, experter och programledare som följer det pågående skeendet. Rapport rapporterar sedan i sina sändningar och Aktuellt fördjupar och sätter in händelsen i en kontext. Under 2016 sände den särskilda live-desk, som skapats för att dygnet runt kunna erbjuda publiken uppdateringar av pågående nyhetsskeenden, 529 sändningar vilket har gett publiken en helt ny form av nyhetsservice.

Av flera olika undersökningar, bland annat Förtroendebarmetern och förtroendemätningen från DN/Ipsos, kan vi dra slutsatsen att den svenska publi-



Påvebesök Foto: SVT

ken har ett stort förtroende för Sveriges Televisions nyhetsverksamhet. Ett annat mått är att publiken söker sig till SVT vid stora nyhetshändelser. Till exempel följde 3,9 miljoner svenskar SVT:s rapportering från Brysselattentaten. Den tekniska utvecklingen har fått till följd att publiken nu kan ta del av våra nyheter oavsett var de är via tv, dator eller mobiltelefon.

Digitaliseringen innebär att såväl produktionssätt som innehåll behöver utvecklas. 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 befolkningen, variera produktionsformerna och öka tillgängligheten i utbudet. Digitaliseringen erbjuder nya möjligheter att göra detta vil-

ket till exempel har skett i den journalistiska produktionen som samlades under vinjetten *#bostadsökes*. I detta hyrestest deltog fler än 53 000 personer från hela Sverige och av dem valde fler än 6 000 att dela med sig av personliga berättelser. Berättelserna publicerades med olika vinklar av flera nyhetsredaktioner i tv-inslag och på [svt.se/nyheter](http://svt.se/nyheter). Även *#delateuropa*, *#deutsatta*, *#domarkrisen* och *#Syrien200* inspirerade mängder av användare att dela med sig av sina upplevelser. Även dessa initiativ har lett till ett stort antal inslag i broadcast-sändningarna. SVT:s nyhetsredaktioner söker ständigt nya former att engagera och samarbeta med publiken genom de digitala möjligheter som erbjuds.

I sändningstillståndets återfinns SVT:s uppdrag att spegla hela landet. Speglingen kan ta sig olika uttryck. Vår idag mer lokala nyhetsorganisation gör att vi bättre speglar lokala sammanhang

och spridningen över landet med lokala redaktioner som samarbetar med de nationella nyheterna medför att Sverige Idag, Rapport, Aktuellt, Sportnytt, Kulturnytt och Gomorron Sverige har kapacitet att dagligen ge svenska folket en bild av vad som händer i hela landet. SVT arbetar konstant för att bli bättre när det gäller att spegla Sverige på ett rättvisande sätt. I sändningstillståndet anges också att programverksamheten ska bedrivas utifrån ett jämställdhets- och mångfaldsperspektiv samt utmärkas av hög kvalitet och nyskapande form och innehåll. Speglingen handlar således inte bara om den geografiska speglingen utan också andra perspektiv som mångfald och genusperspektiv. Två exempel när det gäller att öka jämställdheten i utbudet är arbetet på sportredaktionen och SVT Nyheter Västerbotten.

Under våren 2016 startade SVT *Nyheter på lätt svenska*. Det nya programmet



riktar sig till människor som av olika skäl upplever svårigheter att följa med i de övriga nyhetsprogrammen. Sändningen översätts både till engelska och arabiska för versioner som publiceras på SVT Play och svtnyheter.se. Andra nya program var *Mitt Sverige* och utrikesprogrammet *Friktion*. Mitt Sverige har öppnat dörrar till miljöer som få tidigare mött och Friktion, som vänder sig till unga vuxna, använder nya berättargrepp för att förklara komplicerade frågor, som till exempel det amerikanska valsyste- met.

### Samhällsprogram

SVT strävar efter att vara Sveriges le- dande leverantör av kvalitetsjournalis- tik. Detta kommer till uttryck i den mångfald av nyhets- och samhällspro- gram som sänds i SVT:s kanaler. SVT:s samhällsutbud ska vara inkluderande och ge en mångfald av perspektiv. Pro- grammen ska vara undersökande och gå på djupet. En väsentlig utgångspunkt är att samhällsjournalistiken har ett starkt förtroende hos det svenska folket. Tro- värdigheten i utbudet sätts alltid i första rummet och ska bibehållas och stärkas.

För att bidra till bredden i det offent- liga samtalet producerar SVT ett omfat- tande utbud inom ramen för *SVT Fo- rum*. *Sverige idag* och *Landet runt* speg- lar skeenden i hela Sverige.

SVT har vinnlagt sig om att i större utsträckning vara tillgängligt för perso- ner som saknar högskoleutbildning. Ur ett innehållsperspektiv har ämnesvalen handlat om det svenska samhällets ut- veckling och skillnaderna mellan land och stad samt det spänningsfält som kretsar kring invandring.

SVT har skapat stort genomslag i sto- ra viktiga samhällsfrågor med ett antal tematiserade serier under året. Flera av dessa har nominerats och prisats natio- nellt och internationellt. Bland annat kan nämnas: *Fosterland* om integration; *Vi kallas tiggare* om migration; *Djävuls- dansen* om psykisk sjukdom, *Resten av*



Världens bästa hemtjänst Foto: Johan Gunseus

*Sverige* om urbanisering, *Sveriges bästa hemtjänst* om äldres livskvalitet och *Håll käften eller dö* om yttrandefrihet.

Mätningar av aktiviteten kring 2016 års ämnen på sociala medier och dialo- gen med tittarna på SVT:s egna plattfor- mar vittnar om ett stort engagemang som tar sig uttryck i delningar och dia- log i sociala medier.

Under 2016 har SVT lagt stor vikt vid att öka Sverigespeglingen. Dels har seri- erna utspelat sig i olika delar av landet dels har serier som *Mitt Sverige* och *Ri- ket* skildrat det heterogena Sverige.

Sveriges Televisions undersökande program *Uppdrag granskning* och *Do- kument inifrån* har under året genom- fört ett stort antal granskningar av det svenska samhället. I samarbete med ledande tidningar och medieföretag i världen avslöjade Uppdrag granskning i ett antal reportage omfattande skatte- flykt med bas i Panama. Dokument ini- från bröt ny mark med den tredelade serien *Experimenten* som granskade kirurgen Paolo Macchiarinis forsk- ningsverksamhet på Karolinska Institu- tet. Granskningen fick omfattande kon- sekvenser och kastade nytt ljus på forskningsetiska problem och patient-

säkerhet på en av landets mest prestige- fyllda medicinska institutioner.

### 7.3 KULTURUPPDRAGET

Enligt sändningstillståndet ska SVT för- medla ett kulturutbud som ska fördju- pas, utvecklas och vidgas under till- ståndsperioden. Detta kan uppfyllas på olika sätt, exempelvis genom att produ- cera nya program eller att hitta ny pu- blik som normalt inte tar del av SVT:s kulturutbud. Under året har SVT sär- skilt fördjupat, utvecklat och vidgat ut- budet genom att introducera nya pro- gram, breddat de olika kulturformerna som uppmärksammas och göra befintli- ga program än mer attraktiva och till- gängliga. Redovisningen nedan fokuse- rar på att beskriva hur utbudet har formats och utvecklats under 2016 enligt det tredelade uppdraget.

#### Bevaka, spegla och kritiskt granska

SVT ska bevaka, spegla och kritiskt granska händelser inom kulturlivets oli- ka områden, både i Sverige och i andra länder. Detta görs genom en mängd oli- ka typer av kulturfaktaprogram, så som veckomagasinet, dokumentärer, dagliga

nyheter och debatter. I SVT:s kulturutbud ska många olika typer av kulturformer uppmärksammas. Det ska vara ett utbud som tilltalar människor med olika intressen och olika stor vana av att ta del av kultur.

För att uppfylla detta erbjuder SVT program för tittare som är mindre kulturvana, huvudsakligen i SVT1. För att väcka publikens intresse tar programmen ofta upp populära kulturyttringar och kända profiler.

Under 2016 visades programmet *Konstnärsdrömmen* där tio talanger tävlade om att bli Sveriges bästa amatörkonstnär, med en jury bestående av konstnären Ernst Billgren och konstkritikern Mårten Castenfors samt olika gästkonstnärer.

För att möta det stora allmänintresset för tv-serier visades programmet *Bornebusch i tevefabriken* som speglade arbetet bakom populära tv-serier från exempelvis Sverige, USA och Turkiet. Genom programmet *Sociala monster* granskades och speglades de nya kulturfenomen som sker i sociala medier på ett lekfullt och tankeväckande sätt.

I SVT1 visas även bevakande program som *Gomorron Sverige*, som har en stående kulturpanel som diskuterar veckans kulturhändelser, recensioner av exempelvis film och böcker samt intervjuer med aktuella kulturpersonligheter. Också *Go'kväll* har kulturinslag och bevakar både teater och litteratur. I lördagsprogrammet *Sverige!* får tittarna ta del av många olika typer av kultur genom intervjuer med profiler inom exempelvis musik, skådespeleri och konst. I samtliga dessa program bevakas och speglas kultur från både Sverige och andra delar av världen. I *Kulturnyheter*, som sänds i samband med både *Rapport* och *Aktuellt*, sker den huvudsakliga granskande kulturjournalistiken.

I SVT2 ges ett mer fördjupande utbud för den kulturvana publiken. Dessa program är mer specialiserade och är tänkta att generera både diskussion och re-

flektion kring kultur och samhälle. Bland titlarna finner vi program som *Babel*, *Veckans föreställning* och *K-special* som sänder året runt och bevakar och speglar kultur från hela världen.

Under året startades *Kulturstudion*, där experter och upphovsmän bjuds in för att i samtal med programledare tala om scenkonst, musik och deras arbete bakom kulisserna. Detta ramar in och ger publiken ett sammanhang till kulturlivets olika sidor och visioner, vilket kan väcka ökat intresse för den scenkonst och musik som sedan visas.

Även i SVT2 uppmärksammades intresset för film- och tv-serier genom det bevakande programmet *Babel Bio*. I programmet varvades intervjuer med porträtt och krönikör. Under året visades också den tredje säsongen av programmet *Kultur i farozonen*, där programledaren Khazar Fatemi besökte platser i världen där kulturen är hotad.

För att nå den unga publiken har satsningen på *Edit* fortsatt. I *Edit: talkshow* med Parisa Amiri behandlas både underhållande och svåra ämnen inom populärkultur och samtid med olika gäster. Därtill kommer de program som visas under titeln *Edit: Stories*, minutlånga berättelser som speglar människor från olika bakgrunder och delar av vårt land. Däremot lades den särskilda sajten ned under året.

### Egenproduktion och samarbeten

SVT producerar dramaserier självt och i samarbete med andra. Dessa serier ska underhålla och tilltala många tittare, men också ge andra avtryck. I SVT:s drama synliggörs såväl olika delar av världen som olika tidsperioder, från nutida Norrbotten till Stockholm i början av 1900-talet och till dagens Thailand. Dessutom visar SVT många av de kvalitativa dramaserier som produceras av de andra nordiska public service-bolagen.

Intresset för dramaproduktioner är fortsatt högt och många av de serier som har visats har genererat både fin kritik,

priser och högt intresse från publiken i alla åldrar. Bland dessa kan nämnas serier som *Springfloden* och *Midnattssol*. Den senare var en samproduktion med franska Canal+. Många av de minoritetsutmaning som finns i Sverige är också allmängiltiga i många andra länder. Det är en orsak till att serien har bidragit till att förnya det internationella intresset för Nordic noir och har sålts till bland annat de nordiska länderna, Australien, Tyskland och Storbritannien.

Under våren visades även det kritikerrosade dramat om författaren Kerstin Thorvall, *Det mest förbjudna*. Den tredje säsongen av det uppskattade epokdramat *Fröken Frimans krig* visades i slutet av året. Under 2016 visades även dramatiseringen av Klas Östergrens *Gentlemen & gangsters* som byggde på två av hans romaner.

I början av året visades dramaserien *#hashtag*, som riktade sig mot den unga publiken. Serien handlade om nätmobbning och inspirerades av händelserna kring Instagramupploppet 2012 i Göteborg.

Från de andra nordiska länderna kom bland annat de norska dramaserierna *Ockupationen* och *Kampen om tungvattnet*, danska *Follow the money* och den isländska thrillerserien *Fångade*.

Utöver egen produktion eller samarbeten visas många programinköp från andra delar av världen. Bland dessa kan nämnas den tyska dramaserien *Deutschland 83*, israeliska thrillerserien *Gisslan*, den turkiska dramaserien *Förväxlingen*, den brittiska serien *Happy Valley* och amerikanska *Fallet O.J. Simpson: American Crime Story*.

Det nordiska tv-utbudet slog återigen rekord under 2016: Aldrig under Nordvisionens 57 år har så många program utväxlats eller samproducerats av public service-företagen, totalt 4 909 program. Utbytet utökade särskilt vad gäller program för barn och unga, drama samt undersökande journalistik. Det blir allt



Skam Foto: NRK

vanligare med samproduktioner mellan bolagen och antalet samproducerade episoder ökade från 1 442 till 1 626.

### Samarbete med kulturinstitutioner

För att tillgängliggöra scenkonst till fler än de som har möjlighet att se föreställningarna live på plats samarbetar SVT varje år med kulturinstitutioner och fria kulturproducenter. Genom televisionen kan människor över hela landet ta del av såväl svenska som internationella konserter och föreställningar inom exempelvis teater, opera och ballett. Samarbetena sker med både statliga kulturinstitutioner, privattestrar och kulturföreningar. Under 2016 har SVT samarbetat med 43 olika kulturinstitutioner inom teater, musik och dans i hela landet, vilket resulterat i 126 sända timmar fördelat på 99 sändningar. Bland dessa många samarbeten kan nämnas bland annat föreställningar

från Dalhalla, Adolf Fredriks musikklasser och Norrlandsoperan. I slutet av 2016 visades *Bollywood-opera i Botkyrka*, där SVT har bidragit till samarbetet mellan bland annat kulturskolor och kulturföreningar i Botkyrka.

Varje lördag visas en stor mångfald av konserter och föreställningar i programmet *Veckans föreställning*, som ett alternativ och komplement till det utbud som visas på SVT1 och i andra kanaler. Från och med 2016 ramar dessa inspelade konserter och föreställningar in av Kulturstudion, som nämnts ovan.

I en jämförelse mellan de svenska kanalernas kulturutbud sticker SVT ut. I Kent Asps mätning som publicerades i Medieutbudet 2015 framgår att SVT visar överlägset mest kulturprogram mätt i tid.

### Bidrag till svensk filmproduktion

Under 2016 lämnade SVT ett fast bidrag till SFI på 44,8 miljoner kronor. Samti-

digt har SVT deltagit i samproduktioner motsvarande minst det beloppet. Exempel på filmer som sändes under 2016 där SVT varit samproducent eller förköpt visningsrätt var bland annat *Monica Z* av Per Fly, *Skumtimmen* av Daniel Al-fredson, *En duva satt på en gren och funderade på tillvaron* av Roy Andersson, *Stockholm stories* av Karin Fahlén och *Hallonbåtsflykten* av Leif Lindblom.

SVT uppmärksammade två svenska skådespelare under året. I samband med tv-visningen av dokumentären *Jag är Ingrid* visades ett flertal filmer med Ingrid Bergman. För att uppmärksamma att Alicia Vikander tilldelades en Oscarsstatyett för bästa kvinnliga biroll visades under sommaren de tre svenska långfilmer hon hittills medverkat i.

2016 var det sista året med det gamla filmavtalet. Mellan 2017–19 har SVT åtagit sig att garantera 100 miljoner årligen för svensk produktion, en betydande

ökning från tidigare år. Under året har SVT förberett en stärkt roll, bland annat genom ett stort antal samtal med olika kreatörer och produktionsbolag. Utifrån dessa har SVT bland annat beslutat att inför 2017 öka satsningarna inom alla filmområdena, det vill säga kort-, lång-, barn- och dokumentärfilm samt att gå in mer aktivt redan i utvecklingsfasen. Svensk film är fortsatt en central del av SVT:s utbud inom kultur, fiktion och dokumentär.

Med ovanstående beskrivningar menar SVT att företaget har levt upp till de villkor som ställs om kulturutbudet i sändningstillståndet.

## 7.4 BARN OCH UNGA

Barn och unga tillhör de grupper i samhället som mest förändrat sitt tittarbeteende från traditionell tv till on demand-tittande när och var de vill. SVT har därför stora ambitioner att nå denna målgrupp på de plattformar där de befinner sig och flera satsningar pågår. Satsningarna sker såväl i form av interaktiva tjänster som Barnplay som genom webbunikt utbud.

Programmen ska ge upplevelser och kunskap och inspirera till engagemang, aktivitet och reflektion. Utbudet ska stärka barn och ungas identitet som individer i ett demokratiskt samhälle. Det ska vara nyskapande och förmedla innehåll från olika delar av Sverige och världen.

SVT:s utbud för barn och unga ska produceras med utgångspunkt i barns och ungas villkor.

Barnkanalen är Sveriges största kanal och totalt sändes 5 450 timmar program som vänder sig till barn under 15 år. Programmen startar redan 05.30 och slutar 21.00. Under morgon- och kvällstimarna sänds framför allt nyproducerade program på svenska medan det under dagtid sänds svenska reprisar samt utländska program som dubbats till svenska. De utländska pro-

grammen utgörs till största del av reprisar.

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. Nedan visas en tabell över hur de nyproducerade programmen (förstasändningar) 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. Fyra dagar i veckan sänds ett rent nyhetsprogram för barnen, *Lilla Aktuellt* i samarbete med UR, som tar upp aktuella nyheter och händelser från Sverige och världen direkt anpassat för barnpubliken.

En mycket stor del av barnprogrammen är faktainriktade och bidrar till att på ett lekfullt och stimulerande sätt sprida kunskap. För de allra minsta finns programmet *Djursnack* som på ett underhållande sätt ger kunskap om hur man använder svenska språket. Även *Drakens siffror* och *Drakens bokstäver* ger barnen kunskap och skapar nyfikenhet kring matematik och läsning. Ett annat exempel är en dokumentär, *Astrid är storasyster*, som i flera säsonger följer ett syskonpar i vardagen. För de lite äldre barnen finns programmet *Bokslukarna*, barnens eget Babel och *Junkplaneten*, ett pyssel och inredningsprogram med klimatperspektiv.

Några av årets stora satsningar inom kultur och konstnärliga upplevelser var *Regnbågsfamiljen*, ett småbarnsdrama om en brokig familj och *Drakhjärta* som bygger på en bok av Anna Ehring om Nisse som har ett riktigt otursliv. *Zombie* är ett reality-drama från Norrland i skräckgenren. Årets julkalender, *Selmas*

*saga*, var en klassisk dramaproduktion som vände sig brett till alla barn och det blev också den kalender som fått störst tittning genom tiderna. Inom ramen för *Bolibompa* och *Sommarlov* ges också många möjligheter till kulturella upplevelser i form av musik och sketcher. Med det stora antalet utländska inköp visas många kulturella upplevelser från hela världen.

Under året visades också barnlångfilmer där SVT varit samproducent, bland annat *Tjuvarnas jul* och *Sune i fjällen*. Dessutom fick flera nya regissörer debutera under 2016 och resultatet av denna satsning kommer visas under de närmsta åren.

### Unga

Unga definieras i SVT:s verksamhet som tittare i åldern 12–19 år. Det är en av de grupper i samhället som mest förändrat sitt tittarbeteende från traditionell tv till on demand-tittande när och var de vill. SVT har därför stora ambitioner att nå denna målgrupp på de plattformar där de numera befinner sig.

Numera sänds *Lilla Aktuellt* fyra dagar i veckan med en specialversion sist på kvällen som är särskilt riktad till unga mellan 12 och 15 år. Det bör också nämnas att Barnkanalen har en äldre publik än tidigare i och med förlängningen som är inriktad på yngre tonåringar.

Ett annat exempel är en maraton-sändning i SVT24 som gick under namnet *Hundra procent vaken*. Där sitter ett antal vloggare och vakar in natten med ständig kontakt med publiken i sociala medier. Under året sändes också direkt från såväl *Dreamhack* som *SM i Cosplay*.

Årets *Musikhjälpen* sändes från Örebro samlade in en rekordhög summa, 49 miljoner kronor, till *Barn i krig har rätt att gå i skola*. Programmet som sändes i över 100 timmar i broadcast och under hela veckan på webben, resulterade i drygt 300 000 engagemang och slutförde mer än 200 auktioner. Programmet utvecklas hela tiden och växer både i



storlek och betydelse för varje år.

En av SVT:s största succéer på webben började sändas under hösten. Det var den norska dramaserien *Skam* som följer en grupp gymnasieungdomar. Programmets två första säsonger visades och de kommer att sändas i broadcast under 2017. SVT har varit samproducent i serien, som bygger sitt manus på djupintervjuer med ungdomar för att bli så autentiskt som möjligt. Sedan 2015 så är SVT24:s utbud inriktat på att vända sig till denna målgrupp med såväl svenska som utländska program.

Programmet och konceptet *Edit* fanns kvar under året, med ett kulturperspektiv för en yngre vuxen målgrupp. Programmet är utformat utifrån unga människors vanor att ta till sig rörlig bild. *Edit* har ett tydligt mångfaldsperspektiv samt ett specifikt uppdrag att öppna SVT för nya talanger inom kulturområdet.

För unga har det som ovan beskrivits skett en markant ökning de senaste åren av program som riktar sig till målgruppen och som sänts i broadcast. Det gäller både förlängningen av Barnkanalen med en timme och att SVT24 tydligare vänder sig till denna målgrupp.

### Utveckling för äldre barn och unga

SVT har i uppdrag att särskilt utveckla och förnya utbudet för de lite äldre barnen, 7–11 år. Detta sker genom att äldre beprövade titlar förnyas årligen och helt nya titlar tillkommer. Under året kan särskilt nämnas en specialversion av *Skavlan jr*, en talkshow med Farzad Farzaneh som programledare och med bara barn som gäster. Ett annat nyutvecklat program var *Mysteria*, ett magiskt äventyr fyllt av trolleri, mystik och humor. Men det är inte enbart nya program som kan räknas in som särskild satsning utan också vidareutveckling av befintliga titlar. För 2016 gällde det bland annat den fortsatta utvecklingen av *Sommarlov* och *Fredagkväll*.

*Morgonshowen*, som sänds sju dagar i

### 7.4 Barn och unga förstasändningar

Totalt barn (3–11 år) 2016	Svenskt	Utländskt	Totalt sänt
Fakta och Nyheter	251	12	263
Kultur och konstnärliga upplevelser	195	306	501
Totalt	447	318	764

Totalt unga (12–19 år) 2016	Svenskt	Utländskt	Totalt sänt
Fakta och Nyheter	146	6	152
Kultur och konstnärliga upplevelser	96	11	107
Totalt	242	17	259

Totalt barn och unga (3–19 år) 2016	689	335	1 023
-------------------------------------	-----	-----	-------

Se bilaga 3.

veckan, har arbetat mycket med publikens delaktighet via barnkanalen.se vilket syftade till att nå de äldre barnen och inte bara de allra yngsta. De kunde på olika sätt direkt påverka innehållet i programmet genom att skicka in bidrag som visades upp eller genom att rösta på olika alternativ. Ett annat moment som infördes var det populära *Klickmonstret* där man genom att klicka på sajten påverkade vad programledaren ska göra i direktsändning. Detta är exempel på publikens delaktighet genom samverkan mellan olika plattformar.

Morgonshowen har också vid två tillfällen under 2016 haft programmerings-tema där de på ett pedagogiskt och lekfullt sätt pratat om programmering och involverat publiken genom att låta dem *hacka* barnkanalen.se.

SVT har startat Projekt Z som har som uppgift att särskilt utveckla program för unga i de äldre tonåren. Det är en ambitiös satsning som samlar producenter och experter från hela företaget. Genom möten med gruppen skaffar sig SVT kunskap om behov och önskemål för att göra program och innehåll på olika plattformar. De allra flesta programmen kommer också självklart sändas i broadcast.

### Produktionstyper för utbudet för barn och unga

Fördelningen och SVT:s tolkning av utbudet för barn och unga, mellan det som i tillståndet kallas egenproduktion och annans produktion definieras i tabellen ovan som svenskt respektive utländsk. Den produktion 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 och klassas därför inte som egenproduktion.

Av det totala förstasända utbudet för barn och unga utgjorde drygt 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 689 timmar av totalt 1 023 timmar (67 %) för barn och unga nyprodu-



Eurovision Song Contest Foto: Janne Danielsson

cerades av SVT eller där SVT haft ett stort inflytande.

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

## 7.5 TILLGÄNGLIGHET

I sändningstillståndet finns tydliga krav på att uppdraget omfattar alla människor, exempelvis barn och unga, personer med etnisk minoritetsbakgrund eller med funktionsnedsättning. 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 funktionshinder.

Enligt det krav som avser tillgänglighet till tv-sändningar för personer med funktionsnedsättning ska SVT uppfylla vissa kvoter för de olika tillgänglighetstjänsterna. Avseende 2016 så har företaget enligt SVT:s tolkning uppfyllt dessa kvoter. SVT delar alltså inte Granskningsnämndens tolkning av det särskilda regeringsbeslutet gällande 2014–16.

Kraven på tillgänglighet ska svara mot tre frågor:

1. *Vad är det som ska tillgängliggöras?*  
Det som ska tillgängliggöras är program på svenska språket som sänds i SVT:s programtjänster. 2016 var det 16 540 timmar. Samt uppläst text för översatta textade program.
2. *Hur ska det tillgängliggöras?* Genom textning av icke direktsända program (100 %), textning av direktsända program (65 %), syntolkning (1,5 %), teck-

enspråkstolkning (1,5 %), 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.

SVT finner ingen anledning att tolka kraven som att kvoterna gäller per enskild programtjänst, ingenting i det särskilda beslutet eller förarbetena tyder på att det skulle vara avsikten, utan att det gäller det samlade utbudet. En annan tolkning skulle vara till stor nackdel för publiken, eftersom det skulle innebära att det exempelvis blir viktigare att tillgängliggöra reprissändningar i SVT24 än program som originalutsänds i SVT1 och SVT2. SVT anser inte heller att det bör göras skillnad mellan sändningarna

över marknätet, satellit eller simultan-sändningarna över internet. Dessa är identiska eftersom de utgår från samma sändning vilket innebär att de inte kan skilja sig innehållsmässigt eller hur tillgänglighetstjänsterna visas. Det enda undantaget är uppläst text som ännu inte fungerar fullt ut i sändningarna över satellit och simultansändningarna över internet. Detta beror på att det ännu inte finns tekniska förutsättningar som klarar detta. SVT arbetar aktivt för att en teknisk lösning för detta ska skapas.

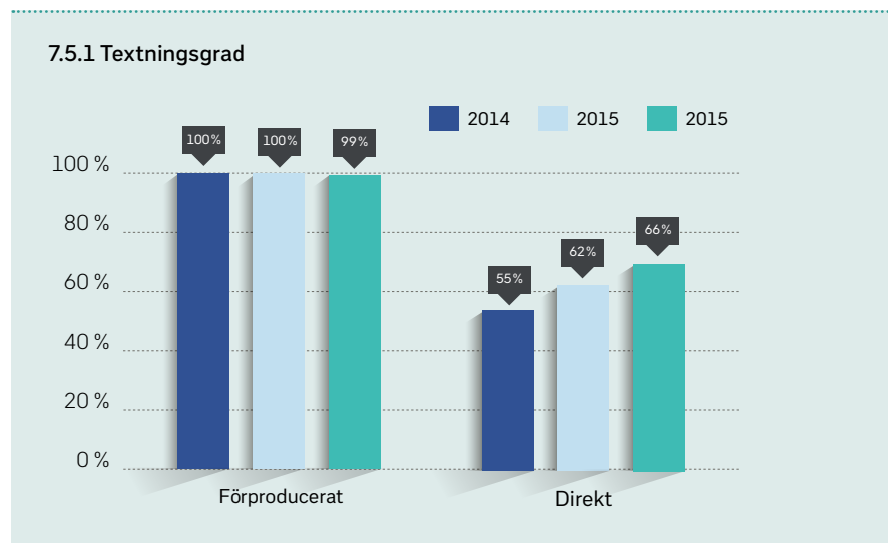
SVT har kontakt med brukare av samtliga tillgänglighetstjänster dels genom intressentdialoger med de olika organisationerna, dels genom mindre möten där en specifik tillgänglighetstjänst fokuseras. SVT:s ambition är att hitta enklare sätt för publiken att tillgodogöra sig tillgänglighetstjänster och arbetet med att utveckla tjänsten tv-talk (uppläst text och syntolkning) har gjorts i nära samarbete med brukarna. Vid dessa möten diskuteras kvalitetsfrågan för samtliga tillgänglighetstjänster men också urvalet av program som tillgängliggörs. Den återkoppling som gjorts till företaget visar att uppfattningen är att SVT:s samtliga tillgänglighetstjänster håller hög kvalitet.

## T Textning

I sin mest självklara 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.

Sändningstillståndet fastslår att SVT under 2016 ska texta samtliga förproducerade och 65 procent av de direktsända programmen. I vissa repriser återut-sänds textningen som den var i första-sändning medan andra bearbetas i efterhand.

Textningsgraden 2016 var 100 procent av de förproducerade programmen i alla kanaler i broadcast. Det har sänts



ett fåtal timmar (under en procent) där textningen fallit bort på grund av tekniska problem. Trots detta anser SVT att kraven angående textning uppfyllts. Under året direkttextades 66 procent av de direktsända programmen. Alla nyhets-sändningar inklusive extrasändningar och långa specialsändningar (t.ex. USA-valet), galor och andra direktsända underhållningsprogram samt direktsända barnprogram såsom Sommarlov och stor del av sportutbudet direkttextas. Ökningen i år består främst av ännu fler direkttextningar av sportevenemang samt fler textade timmar av det som sänds inom ramen för SVT Forum.

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 taldata 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. Erfarenheterna från pilotprojektet är positiva. Tekniken förefaller kunna leverera inom ramen för de specifika kvalitetskrav som formulerats gällande snabbhet och korrekthet.

## 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 stjälja 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 tydlighetsskäl. Syntolkningen ska smälta in i programmet 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 bärs upp av dialogen. Exempel på program som syntolkats är *Midnattssol*, *Melodifestivalen*, *Mästarnas mästare*, *Allsång på Skansen* och *Historieättarna*. 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 *Julkalendern*, *Labyrint* och *Familjen Rysberg*.

Kraven på syntolkning har ökat vilket har resulterat i en ökning av både egenproduktion och inköp av tjänsten. 2016 har SVT provat fler externa leverantörer av direktsänd syntolkning.

SVT har sänt 16 540 timmar svenska program under 2016. Det kvantitativa kravet för 2016 var att 1,5 procent av de svenska programmen ska syntolkas vilket motsvarar 248 timmar. SVT har mött kravet genom att erbjuda ett antal programtitlar med syntolkning, i vissa fall både i SVT24 och SVT Play, medan några av titlarna har publicerats enbart på SVT Play. Målsättningen har varit att åstadkomma en god genrebredd i urvalet av program och det har lagts särskilt vikt vid att programmen ska vara av stort publikt intresse och lämpade för syntolkning. SVT har totalt tillgängliggjort 294 timmar syntolkning 2016.



## Teckenspråkstolkning

Teckenspråkstolkning innebär att en teckenspråkstolk översätter det talade språket till teckenspråk. Tjänsten tillgängliggörs som en bild i bild lösning, det vill säga att en bild med teckenspråkstolken faller in i programbilden. 2016 teckenspråkstolkades fler program än SVT någonsin gjort förut. Bland dessa program fanns partiledardebatter, *Mästarnas mästare*, *Gympaläraren*, *Djävulsdansen* samt *Nobel*. Dessutom teckenspråksgestaltades *Eurovision Song Contest*, semifinaler och final.

SVT har tillgängliggjort program genom teckenspråkstolkning med simultan tolkning för den breda allmänheten genom parallellsändningar, dels i broadcast och dels genom SVT Play. Finalerna i *Eurovision Song Contest* teckenspråkstolkades simultant i broadcast liksom finalen i *Melodifestivalen*. Teckenspråkstolkningar som tillgängliggjordes simultant genom SVT Play var exempelvis sändningar från Almedalsveckan, extrasändningar med anledning av dåden i Bryssel, partiledardebatterna i *Agenda* och *Sportspegeln*.

SVT har i sitt urval av teckenspråkstolkade program valt att prioritera tolkning av vissa barn- och ungdomsprogram före tolkning av vissa program för vuxna. Särskild hänsyn har tagits till program som bedöms ha stor betydelse för målgruppen såsom *Julkalendern*,

*Labyrint* och *Familjen Rysberg*.

SVT har sänt 16 540 timmar svenska program under 2016. Kravet är att 1,5 procent av de svenska programmen ska teckenspråkstolkas vilket motsvarar 248 timmar. SVT har totalt tillgängliggjort 305 timmar under 2016.

## Hörbarhet

SVT jobbar aktivt med att bevaka och främja ljud- och hörbarhetsfrågorna i programarbetet. Sedan 2011 finns också en stödgrupp för programverksamheten och SVT noterar en minskning av klagomål sedan denna inrättades. I gruppen ingår ljudexperter, ljudteknisk support och leveranscenter. Det genomförs regelbundna uppföljningar och rapporter hur ljudarbetet genomförs i praktiken. Vid behov förs även en dialog med tittarna.



## Uppläst texttremsa

Uppläst texttremsa är en teknisk tjänst där en syntetisk röst läser upp översättningstexten. Tjänsten är främst ett hjälpmedel för synskadade som har svårt att läsa texttremsan på utländska program. Uppläsningen sker simultant med textningen i SVT:s samtliga kanaler som sänds över marknätet. SVT arbetar för att få fram en lösning så funktionen även kan fungera för sändningarna över satellit och över internet.

### 7.5.2 Syn- och teckenspråkstolkning i timmar

	2014		2015		2016	
	Syntolkning	Teckenspråkstolkning	Syntolkning	Teckenspråkstolkning	Syntolkning	Teckenspråkstolkning
Sänt broadcast	39	36	76	43	121	115
Sänt internet	24	20	21	54	30	47
Tillgängligt internet	56	51	77	120	143	143
Totalt	119	107	174	217	294	305
Mål (andel av svenskt)	88	88	170	170	248	248



## Webb

Gällande SVT Play så har utvecklingsarbete kontinuerligt skett under 2016 vilket bland annat inneburit att det skapats samlingssidor för teckenspråkiga och syntolkade program. Tillgänglighetstjänsterna är nu taggade och därmed sökbara, oavsett plattform. Exempelvis kan publiken enkelt hitta alla SVT:s program som har en syntolkad version. Barnkanalen har idag 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. SVT har också utvecklat nya native-appar för iOS och Android där det gjorts förbättringar för Voiceover. Bland annat upplevs sökningen som mycket lättare att använda. Appen markerar även tydligare vilka avsnitt som går att se med syn- eller teckentolkning samt har två egna kategorier för syntolkning och teckenspråk.

Utvecklingsarbetet med SVT Play sker i samråd med experter och användare med funktionsvariation. SVT har fortsatt samarbetet med Funka för att ytterligare höja kunskapen om tillgänglighet och göra tjänsterna bättre.

## Särskilda målgrupper

Enligt den möjlighet som public service-bolagen 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 2016 startade SVT en 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 sänt programserien Klartext, ett nyhetsprogram på lätt svenska. För grupper med behov av speciell anpassning till exempelvis språk, grafik eller tempo har UR bland annat gjort *Vem bor i mormors hus?* som är en språkutvecklande serie för yngre barn.

## 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 överenskommen som finns mellan public servicebolagen avseende minoritetsspråksutbudet, stärka minoritetsspråksutbudet sett både till kvantitet och kvalitet. SVT

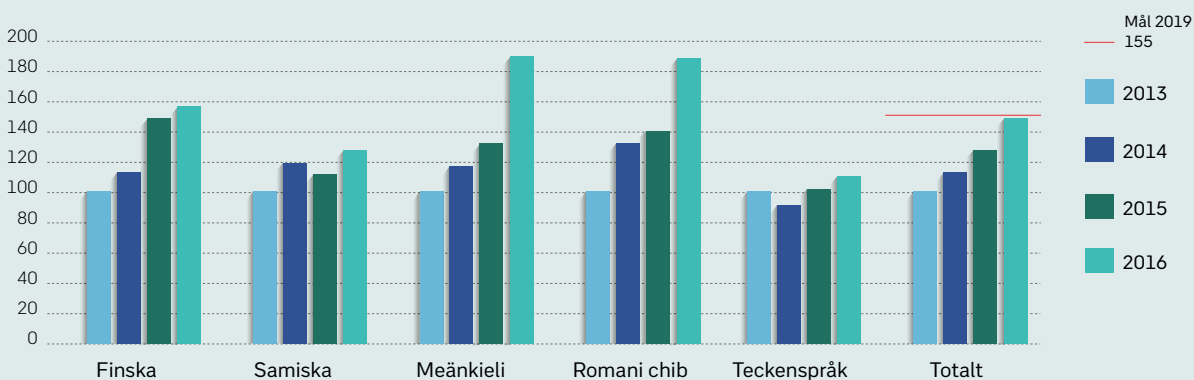
har en viktig roll för teckenspråket och de nationella minoritetsspråkens utveckling och kultur.

## Program på finska, samiska, meänkieli, romani chib, svenskt teckenspråk och jiddisch

Skrivningarna i sändningstillståndet fastslår att det totala utbudet för alla minoritetsspråk sammantaget alla programbolag 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 i indexet (100). Därefter görs en genomsnittlig sammanräkning som utgår från respektive programbolags förändring av utbudet och som redovisas nedan (se vidare bilaga). Den gemensamma målsättningen för bolagen är att den sammantagna 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.

Utöver denna sammantagna redovisning så redovisar respektive bolag utvecklingen var för sig. Övergripande inriktning för SVT inom minoritetsspråksutbudet 2016 har präglats av ambitionen

7.6.1 Utveckling av minoritetsspråk, sammantaget alla bolag, index



Se bilaga 2.



Världens Sofia Jannok Foto: SVT

att kvalitetsförbättra utbudet med målsättningen att nå majoritetsbefolkningen med minoritetsspråksutbudet som 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*, *Renskötarna*, *Jenni möter*, *Anna Järvinen och kvinnorna*, *Perfektion* och *Världens Sofia Jannok*. Dessa program har alla syftat till att bidra till ett samtal om minoritetsfrågor och nyfikenhet om minoritetsspråken med syfte 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). SVT har ett stort ansvar när det gäller den samiska kulturens överlevnad och har en viktig roll när det gäller att vårda och utveckla det samiska språket. Det samiska program-

utbudet har två huvudmål. Dels att realisera ett rikstäckande och brett samiskt utbud för alla samiska målgrupper. Dels att vara den ledande leverantören och förmedlaren av samiskt och urfolksrelaterat programinnehåll.

SVT har ökat sitt minoritetsspråksutbud inom samiska, finska, romani chib, meänkieli samt det teckenspråkiga utbudet. Sammantaget har sändningarna på minoritetsspråk ökat från 559 timmar 2013 till 747 timmar 2016. 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 sänder på lördagar aktualitetsprogrammet *Sverige idag* i versioner på meänkieli och romani chib.

Den 6 februari firades den samiska nationaldagen och SVT sände en talkshow med gäster för att summera det gångna året; vilka som var de största

händelserna i Sápmi och vilka personer som utmärkte sig?

Med målgrupp i en bred publik ville SVT uppmärksamma renskötarnas arbete i en serie med samma namn. Genom tre porträtt av renskötande samer fick publiken ta del av renskötarnas liv och vardag. Samernas livsvillkor var också utgångspunkt i serien *Världens Sofia Jannok*.

Programserien *Finnomani* var ett humoristiskt kulturprogram som utgick från några av de fördomar som Sverige-finnar möter i Sverige. Allt från finsk manlighet till finnarnas syn på nakenhet.

I programserien *Anna Järvinen och kvinnorna* mötte hon fem olika kvinnor som liksom hon har rötter i Finland.

På meänkieli sändes serien *Bastubaletten* som fokuserade på frågor om manlighet och dess myter. Fem torne-dalska män sätter upp en balett, i samarbete med en koreograf. Berättelserna som kommer upp i processen är

## 7.6.2 Minoritetsspråk i SVT 2013 och 2016, timmar

2016	Finska		Samiska		Meänkieli		Romani chib		Teckenspråk		Summa
Målgrupp	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	
Vuxna	95	263	61	88	5	27	13	40	57	127	545
Barn 3–11 år	14	49	9	24	7	7	2	3	11	41	125
Unga 12–19 år	8	29	3	6	6	11	5	14	5	18	78
<b>Totalt</b>	<b>116</b>	<b>341</b>	<b>72</b>	<b>117</b>	<b>18</b>	<b>45</b>	<b>21</b>	<b>57</b>	<b>73</b>	<b>186</b>	<b>747</b>

2013	Finska		Meänkieli		Samiska		Romani chib		Teckenspråk		Summa
Målgrupp	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	
Vuxna	98	278	1	7	52	57	4	20	51	69	431
Barn 3–11 år	9	36	2	10	9	27	1	3	11	43	119
Unga 12–19 år									3	9	9
<b>Totalt</b>	<b>107</b>	<b>314</b>	<b>3</b>	<b>17</b>	<b>61</b>	<b>84</b>	<b>5</b>	<b>23</b>	<b>65</b>	<b>121</b>	<b>559</b>

djuplodande och känslösamma, en blandning av berättelser och historiska minnen.

I dokumentärserien *Perfektion* fick publiken följa arbetet och processen bakom en dansföreställning som Riksteaterns Tyst Teater framförde. Här ställdes frågor som: Vem är perfekt? Varför strävar vi efter felfrihet? Och vad gör denna strävan med oss? I dansföreställningen utforskar tre kvinnliga dansare, en ung döv, en pensionerad hörande samt en dövblind rullstolsbunden dansare dessa frågeställningar.

SVT sände Riksteaterns uppmärksammade enmansföreställning *Jag är Sarah*. Sarah Remgren är dövblind och på scenen driver hon med schabloner och föreställningar om sig själv.

I dokumentärserien *Teckenspråkstolkarna* skildrades teckenspråkstolkar och deras arbete. De som arbetar som teckenspråkstolkar utgör en brygga mellan döv och hörande. I serien fick publiken bland annat möta tolken Tommy Krångh som fick ett stort genomslag för sin teckenspråksgestaltning av Melodifestivalen.

Under 2016 sändes två dokumentärer på jiddisch. I *Skärvor av ett språk* mötte

publiken Elias 23 år som sjunger på jiddisch och utforskar sin morfars gamla språk. I dokumentären *Premiär* medverkar Nadya 21 år som kastas in som huvudrollsinnehavare i en teaterföreställning som talas helt på jiddisch. Problemet är att hon inte kan språket och på två månader måste hon lära sig jiddisch.

Minoritetsspråksnyheter sänds samtliga vardagar. Olika redaktionella satsningar har gjorts. Nyhetstecken har under året haft särskilt fokus på att skildra tolksituationen för olika brukargrupper samt situationen på dövskolorna. Omvärldsnheter med särskilt intresse för målgruppen har också varit ett viktigt uppdrag.

*Oððasat* gjorde en stor satsning inför Sametingets plenum i Skellefteå under hösten. Kommuner var inbjudna för att visa upp sina förslag på hur de tänker kring att ett samiskt parlamentshus skulle placeras i deras kommun.

Girjas sameby lämnade 2009 in en stämningansökan mot svenska staten till tingsrätten för att få prövat vem som har rätten att förvalta småviltsjakten och fisket på samebyns betesområde i fjällen. I maj 2015 startade förhandlingarna i Gällivare tingsrätt och den 3 februari

2016 kom domen där Girjas sameby vann mot staten. *Oððasat* har kontinuerligt bevakat hela processen.

SVT:s finskspråkiga nyheter *Uutiset* gjorde två fördjupade granskningar. Dels om sockerberoende som gjordes i samarbete med SR Sisuradio, dels om hur man tar hänsyn till de intagnas barn i de finska och svenska fängelserna.

### 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. *Fieteri* har fortsatt utvecklats och satsade under 2016 på att locka fram de yngstas nyfikenhet på språket meänkieli. SVT har under året utvecklat en webbsida för barnutbudet på meänkieli. Webbsidan erbjuder ett varierat innehåll, bland annat språklekar för att bjuda in nya barn som inte behärskar språket ännu.

Barnserien *Ninjaman* handlar om minoriteternas egen ninja. Programmen innehåller humor i dramats format. Barn från de olika nationella minorite-

terna är representerade både fysiskt och geografiskt. Programmen sändes på finska, samiska och meänkieli

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 orden. Allt samlas på webbplatsen barnkanalen.se och bildar ett stort bibliotek för de som vill bekanta sig med de samiska språken.

För de yngre teckenspråkiga barnen sändes programserierna *Ett skräpprogram* och *Vidar älskar tåg*. I serien *Ärtor och pannkakor* dramatiserades många av de klassiska sagorna på teckenspråk. Programserien ville uppmuntra små barn till eget skapande och samspel. De medverkande barnen tittade på sagorna och fick sedan fantisera, leka och måla utifrån de olika berättelserna.

För de lite äldre teckenspråkiga barnen sändes serien *Momos Kina*. Momo 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 *Fiskelycka*.

SVT Teckenspråk har under året besökt ett antal skolor, fritidsgårdar och ungdomsgårdar för att ta reda på vad teckenspråkiga barn och unga vill se på tv och vad de saknar i utbudet.

För en ung teckenspråkig publik sändes serien *Nysvenskarna* där tolv personer porträtterades. De har av olika anledningar lämnat sina hemländer som mycket unga och nu hamnat i Sverige. I programmen berättade de om hur de kämpar för en framtid i Sverige. I *Värsta listan* tävlade teckenspråkiga ungdomar. Deltagarna får göra en lista med saker

som de inte vill göra. Själva tävlingen och överraskningen var att de sedan fick utmana sig själva att utföra saker de skrivit på sina listor.

För ungdomar som talar meänkieli sändes talkshowen *Konkkaronkka* där tre unga röster med rötter i Tornedalen pratade om livsviktiga frågor och meänkielikultur.

I serien *Jenni möter* medverkar bland annat programledaren Jenni Acar som fann sitt namn i polisens så kallade romregister. I programmen möter Jenni olika människor med syfte att inspirera unga romer idag.

Även det finskspråkiga utbudet har program som riktar sig till en yngre publik. Talkshowen *Ei saa peittää* som startade 2014 förnyar bilden om sverigefinländare och inspirerar sina tittare till att använda det finska språket. Perspektivet i programmen tillhör den andra och tredje generationens sverigefinnar.

### Program på andra minoritetsspråk

Enligt bolagsöverenskommelsen har Sveriges Radio ett större ansvar gällande specialanpassat utbud på minoritetsspråk som inte är nationella minoritetsspråk. Utöver detta har SVT sänt program på 40 olika språk under 2016. SVT har också som tidigare nämnts lanserat appen Språkplay på försök under 2016.

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

## 7.7 VARIATION I PRODUKTIONSFORMER

### Produktion

SVT arbetar med fyra huvudgrupperingar av utbudet: egenproduktion, produktionsutläggning, samproduktion och inköpta program (förvärv av visningsrätter). Volymmässigt utgörs den största delen av SVT:s förstasända utbud

av egenproduktion, främst nyheter och SVT Forum som produceras inom företaget. Under 2016 var 60 procent av SVT:s förstasända utbud egenproducerat. Utländska inköp stod för ytterligare knappt 30 procent och produktionsutläggningar och samproduktioner och svenska förvärv svarade för drygt 10 procent av utbudet i SVT. Detta är mycket små skillnader jämfört med 2015.

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 2 050 timmar av det totala utbudet räknas som allmänproduktion och av dessa producerades 36 procent i samarbete med eller inköpt av utomstående svensk producent, en liten minskning andelsmässigt med en procentenhet jämfört med 2015 men totalt 30 timmar fler. 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 SVT:s produktion, inom många programkategorier, läggs ut på produktionsbolag.

Tabellen ovan visar på SVT:s 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 SVT:s mål. Under 2016 har kostnaden minskat marginellt, framför allt gällande



## 7.7 Utomstående medverkan och andra samarbeten, mkr

	2014	2015	2016
<i>Medverkande och programanställda</i>			
Arvoden	189,8	206,3	228,5
Programanställda	52,8	63,6	72,6
<b>Summa</b>	<b>242,6</b>	<b>269,9</b>	<b>301,1</b>
<i>Andra slags produktionssamarbeten</i>			
<i>Svenska</i>			
Produktionsutläggningar	322,8	328,2	382,7
Samproduktioner	279,7	249,8	180,0
Förvärv	111,4	154,3	120,7
<b>Summa</b>	<b>713,9</b>	<b>732,3</b>	<b>683,4</b>
<i>Utländska</i>			
Produktionsutläggningar	2,3	7,0	6,9
Samproduktioner	12,7	4,3	7,3
Förvärv	230,5	234,4	239,1
<b>Summa</b>	<b>245,5</b>	<b>245,7</b>	<b>253,3</b>
SFI	43,3	44,2	44,8
STIM, IFPI/Sami, NCB	91,7	98,0	95,2
<b>Summa</b>	<b>135,0</b>	<b>142,2</b>	<b>140,0</b>
<b>Totalt</b>	<b>1 337,0</b>	<b>1 390,1</b>	<b>1 377,8</b>

samproduktioner inom dramaområdet. Istället har en förflyttning skett till rena produktionsutläggningar. Variationer mellan åren kan och får förekomma men samarbetena ska på sikt öka.

## 7.8 FOLKBILDNING

SVT:s folkbildningsambitioner genomsyrar programutbudet i dess helhet. Det går därmed inte att knyta bildningsverksamheten enbart till en viss genre, exempelvis fakta. Även program i genrer som fiktion, nyheter eller underhållning ska berika och inspirera till ny kunskap. Det breda genomslag som SVT har, där så gott som alla tar del av programutbudet på något sätt, gör att SVT över tid kan bidra till att öka kunskapsnivån i samhället. SVT:s trovärdighet bidrar till att göra utbudet till en referenspunkt i en föränderlig värld.

Folkbildningsuppdraget är inte minst

viktigt mot bakgrund av det ökande informationsöverflödet och desinformationen på nätet. Propaganda, falska nyheter och falsk information gör att det blir svårare för medborgarna att sälla i vad som faktiskt är sant och falskt. I det läget fyller public service en viktig roll i kraft av sitt opartiskhets- och saklighetsuppdrag och höga förtroende.

Grunden för SVT:s folkbildande utbud utgörs av nyhets- och samhällsprogram samt olika fakta-, kultur- och vetenskapsprogram. 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. *Historieätarna*, *Vetenskapens värld*, *Mitt i Naturen* och *Babel* är endast några exempel.

SVT har en mångfald av nyhetsprogram samt olika granskande och fördjupande samhällsprogram med infor-

mation av folkbildande karaktär. Nyhets- och samhällsutbudet har beskrivits utförligare ovan, men här kan särskilt nämnas *Aktuellt*, *Agenda* och *Dokument utifrån/inifrån*. SVT har en omfattande utrikesbevakning inte minst genom företagets utrikeskorrespondenter. Deras rapporter syns i den dagliga nyhetsrapporteringen, men i program som *Korrespondenterna* och *Fosterland* erbjuds en ytterligare fördjupad bild av en ibland komplicerad omvärld.

SVT har som en del av en särskild strategi sökt lyfta fram olika samhällsfrågor i form av nya programformat. I serien *Djävulsdansen* förmedlades kunskap och erfarenheter då det gäller psykisk sjukdom. I anslutning till en del av SVT:s kunskapsutbud mäts kunskapseffekter hos publiken. 50 procent av tillfrågade män och kvinnor mellan 40–59 år uppgav att deras medvetenhet om psykisk ohälsa ökat, att de fått ökad förståelse, fått ny kunskap, personlig nytta och fått förutfattade meningar utmanade då de sett programmet *Djävulsdansen*.

Fördomar utmanades också i serien *Vi kallas tiggare*. Många har åsikter och kanske också fördomar om tiggare. Men hur många av oss har verkligen pratat med någon av de som tigger på våra gator?

I anslutning till dramaserien *Fröken Frimans krig* som belyste det tidiga 1900-talets tidiga kvinnorörelse, sände SVT dokumentärserien *Kvinnorna på Frökens Frimans tid*. I serien porträtterades de verkliga kvinnliga pionjärerna i kampen för kvinnors rättigheter i Sverige. Efter kritik mot hur SVT och produktionsbolaget använt sig av forskning i programmet, valde SVT att redovisa en omfattande källförteckning för produktionen.

Med syfte att för en bred publik lyfta vetenskap och kunskapstörst, förnyade SVT det klassiska programmet *Fråga Lund*. Kristian Luuk ledde programmet där en fysiker, en biolog, en historiker, en psykolog och en läkare svarade på



Håll Käften eller dö Foto: SVT

publikens inskickade frågor ur ett vetenskapligt perspektiv.

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 vardagsintressena: mat, bygg och inredning, trädgård, djur och natur, hälsa och träning samt resor. Området byggs upp av inarbetade återkommande titlar, reportage och inslag i magasinprogram som *Go'kväll* samt enstaka programserier.

Friskvård och folkhälsa är ett folkbildande ämne som tagit sig olika uttryck i SVT genom åren. Under 2016 har SVT belyst skolgymnastiken i serien *Gympaläraren*. I programmen undersökte träningsprofilen Kalle Zackari Wahlström varför dagens skolungdom rör sig mindre, och hur det påverkar deras skolresultat, självkänsla och hälsa. I pro-

gramserien återvände han till sin gamla gymnasieskola och tog tillsammans med eleverna fram initiativ till att förändra synen på träning och rörelse.

Programmen och profilerna inom fritids- 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 följda av *Fråga doktorn*, *Antikrundan* och *Plus*. SVT:s vetenskapsredaktion startade under 2016 programmet *Vetenskapsstudion* som sändes i Kunskapskanalen. Aktuella forskningsfrågor som behandlats i SVT:s övriga utbud diskuterades av programledare och gäster med syfte att ge fördjupande svar och insikter kring aktuella frågor i samtiden.

I avdelningen lättsammare folkbildning och allmänbildning består underhållningsutbudet till stor del av frågebaserade program med klara folkbildningsambitioner. Dit hör exempelvis program som *På Spåret*, *Smartare än en femteklassare* och *Vem vet mest*. I enbart det sistnämnda programmet har närmare 120 000 frågor ställts sedan starten 2008. Programmet sänds sedan 2015 också i en version för barn.

Som exempel på hur folkbildningsambitioner i enskilda program kan komma till uttryck kan nämnas *Lilla Sportspegeln* som inför OS och Paralympics gjorde en stor reportagesatsning som kallades *Drömmen om Rio*. I reportageserien träffade programledaren Aron Anderson och barn några av Sveriges största idrottsstjärnor, deltog på deras träningar och fick veta mer om hur deras satsning mot OS såg ut. Eftersom

folkbildningsuppdraget ska genomsyra utbudet finns även anledning att hänvisa till beskrivningarna av utbudet i föregående delkapitel om bland annat utbud inom kultur, för barn och unga och för minoriteter.

Folkbildnings- och demokratiuppdragen kan i framtiden inte vara knutet till ett visst distributionssätt. Public service fyller ett viktigt folkbildningsuppdrag också på internet, och det är en utgångspunkt för hur SVT utformar sina tjänster. I SVT Play ska man inte bara möta det som man visste att man ville ha, utan precis som i tv-tablån ska man även kunna ramla över det man inte visste att man var intresserad av. Som exempel på SVT:s interaktiva strategier kan nämnas dokumentärutbudet som idag regelmässigt publiceras först i SVT Play. Dokumentärer är en av de genrer som publiken särskilt väljer att titta på on demand och inte enbart när programmen sänds.

Enligt SVT:s attitydundersökning 2016 angav 82 procent att de tyckte att SVT har program som ger kunskaper och insikter.

## 7.9 SVT:S SAMLANDE ROLL

Sändningstillståndet slår fast att SVT ska erbjuda ett mångsidigt programutbud som omfattar allt från det breda anslaget till mer särpräglade programtyper. I SVT:s utbud ska det finnas något för alla.

Genom ett brett och varierat utbud kan public service nå många olika människor, både över tid och samtidigt.

När människor från olika delar av landet, från olika bakgrunder och med olika sysselsättningar delar samma upplevelser skapas sammanhållning och gemensamma referensramar. Det bygger tillit och socialt kapital, som fungerar som ett sammanhållande kit för ett demokratiskt samhälle. Forskning (bland annat Ken Newton och Hooghe & Jacobs) pekar på att i länder

med ett starkt public service-utbud är tilliten högre till både medmänniskor och institutioner, medborgarna är mer välinformerade, deltar i högre utsträckning i demokratiska processer och har en positivare inställning till främmande kulturer. Sammantaget kan detta göra att samhället och demokratin fungerar bättre.

Effekten förstärks när programmen i sig porträtterar och speglar förhållanden i hela landet och befolkningens variation, då det bidrar till att skapa igenkänning och förståelse för andra.

Flera av SVT:s program inom underhållning och sport bidrar till att skapa gemensamma upplevelser. Bland underhållningsutbudet finns titlar som *Melodifestivalen*, som sex lördagar i rad samlar miljontals människor framför televisionen. Efter Måns Zelmerlöws vinst i *Eurovision Song Contest* 2015 anordnade SVT årets ESC under det enande budskapet *Come together*. Semifinalerna och finalen som leddes av Måns Zelmerlöv och Petra Mede sågs av över 200 miljoner tittare. Enbart finalen hade cirka 3,6 miljoner tittare i Sverige. Högkvalitativ musik och underhållning stod i fokus för produktionen, men det gavs också tid för eftertanke. I en av semifinalerna uppmärksammades flyktingfrågan genom en mellanakt som bestod av ett känslofyllt dansuppträdande som gestaltade människor på flykt.

Bland underhållningsprogrammen med en bred publik kan också nämnas Emmy-belönade *Allt för Sverige*, *Dobido*, *Mästarnas mästare* och *Musikhjälpen*. I dessa program får tittarna följa både kända och mindre kända personer och genom lättsamma format erbjuds man både spänning, nya insikter och underhållning. För att uppmärksamma SVT:s jubileum sändes ett jubileumsprogram som med intervjuer med tv-profiler och inslag visade och diskuterade de mest minnesvärda tv-ögonblicken från SVT:s 60-åriga historia.

Sport bryter barriärer och samlar människor från olika grupper i samhället på ett sätt som få andra saker kan göra. Det ger en känsla av gemenskap och tillhörighet, vare sig man ser det live på plats eller framför tv:n. Genom televisionen når sporten ut till fler och skapar intresse för både idrotten ifråga och människorna som utövar den.

Sportåret har innehållit många stora ögonblick. Sommaren 2016 visade SVT och TV4 *Fotbolls-EM* för herrar från Frankrike. I februari hölls *SM-veckan* för vintersport i Piteå och i juli *SM-veckan* för sommarsport i Norrköping. SVT sände de svenska mästerskapen i nästan 100 olika sporter under dessa dagar. Det är produktioner som påminner om en typ av mini-OS och bevakningen är unik i sitt slag. Eventet har kommit till genom samarbete mellan SVT och idrottsrörelsen. Utöver *SM-veckan* sänder SVT live från många andra sportevenemang som inte dagligen når fram till medias spotlights. SVT livesänder bland annat från *VM i orientering*, *EM i truppergymnastik* och *SOC i bordtennis*. 2016 avgjordes *Paralympics* i Rio i Brasilien. SVT storsatsade och var på plats med flera reportageteam för att bevaka mästerskapet både via reportage, nyhetsinslag och livesändningar.

Andra stora satsningar från SVT under 2016 var *Vinterstudion* och *Vasaloppsveckan*. SVT producerade också en rad svenska världscuptävlingar som avgjordes i Sverige under året, så som världscuptävlingen i längdskidor från Falun, alpina världscuptävlingen från Hammarbybacken, sprintvärldscuptävlingen från Stockholm och skidskyttevärldscupen i Östersund.

I vardagen fortsätter SVT Sports nyhetsprogram, *Sportnytt* och *Sportspegeln*, att ha en särställning inom svensk sport-tv. Programmen ses så gott som dagligen av en miljonpublik.





Foto: Niklas Ahlgren

## 7.10 MÖTEN OCH DIALOGER

Sedan 2007 har Handikappförbunden tillsammans med SVT, Sveriges Radio och UR anordnat en årlig konferens med syftet att inspirera till bättre inkludering av personer med funktionsnedsättning i public service. Inför att public service-bolagen för tionde gången skulle bjuda in funktionshindersrörelsen till konferensen PS-Funk, gjordes en utvärdering som resulterade i en del strukturella förändringar. Värdskapet ska fortsättningsvis permanentas hos public service-bolagen och organisationen Lika unika har bjudits in till arbetet med konferensen. Dessutom införs ett nytt

moment i form av att varje konferens föregås av en workshop med syfte att skapa innehåll som sedan behandlas i konferensen. Under hösten 2016 hölls en workshop på temat delaktighet och yttrandefrihet med ett ungdomsperspektiv. Ett 20-tal barn och unga fick arbeta med frågeställningar kring yttrandefrihet och delaktighet: När fick du din röst hörd? Vem lyssnade? På vilket sätt tycker du att du är delaktig och kan göra din röst hörd i samhället? Deltagarna uttryckte sina tankar och idéer med hjälp av film, foto, ljud eller text. Resultatet användes i huvudkonferensen som hölls den 25 januari 2017.

Under 2016 har SVT fortsatt hålla 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 har provat olika former för intressentdialogerna. Under 2015 hölls en workshop i Pajala med syfte att utveckla utbudet på meänkieli. Hösten 2016 arrangerade SVT en liknande workshop i Kiruna med målet att utveckla SVT:s samiska programutbud. Detta gjordes på ett konkret sätt med fokus på att



identifiera människor, berättelser, ämnen, platser med mera. I workshopen formulerades ett stort antal idéer som kan utgöra grund för SVT:s fortsatta utvecklingsarbete med det samiska programutbudet. Från SVT deltog bland annat programansvariga och programutvecklare.

Ung Minoritet är en samarbetsplattform mellan de fem nationella minoriteterna som arbetar tillsammans för att stärka barns och ungas rättigheter i de nationella minoriteternas ungdomsförbund. SVT höll ett möte med medlemsorganisationerna för att diskutera minoritetsspråkutbudet för unga samt möjligheterna för ökad dialog med SVT.

SVT har också haft möte med Sveriges dövas riksförbund, Sveriges Dövas Ungdomsförbund, Svenska Dövidrottsförbundet samt deltagit på Dövas dag i Göteborg där stort utrymme gavs för både presentation av SVT:s undertextverksamhet och frågor. Likaså har möten genomförts med ledningarna för Synskadades riksförbund samt Lika unika och Federationen mänskliga rättigheter för personer med funktionsnedsättning.

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. Utifrån detta syfte träffades representanter från Synskadades riksförbund och ett tiotal av SVT:s webbutvecklare. Tillgänglighet var också ett av flera viktiga samtalsämnen då SVT träffade representanter för SPF Seniorerna.

Under året har SVT också bjudit in till olika seminarier och konferenser. Ett seminarium berörde frågor om nätneutralitet och vikten av ett öppet internet, lika för alla. Seminariet hade sin utgångspunkt i en debattartikel som undertecknades av företrädare för Sveriges ledande medieföretag.

2016 firades 250-jubileumsåret för

svensk yttrandefrihet och SVT bjöd in till en diskussion på Kulturhuset om mediebranschens och samhällets nya utmaningar. Digitaliseringen förändrar villkoren för medieföretagen och för det offentliga samtalet. Ett hundratal åhörare fick ta del av tankar om hur den digitala omvälvningen utmanar oss i frågor som rör jämlikhet och trygghet och hur den påverkar vår integritet och den sociala sammanhållningen i samhället. Liknande frågeställningar följdes delvis upp i en större konferens som SVT anordnade och som hölls i anslutning till Eurovision Song Contest i Gøteborg. Rubrik för konferensen var Ett Sverige i förändring – vad händer med sammanhållningen? Medverkade gjorde bland annat Po Tidholm, författare, Josette Bushell Mingo, regissör, Jan Helin, programdirektör, SVT och Ken Newton, professor, University of Southampton. I anföranden och diskussioner berördes frågor om varför sammanhållningen är viktig. Vilken funktion har den för att samhället inte ska dela upp sig i olika vi och dom, stad och land? Hur ser våra framtida utmaningar ut när det gäller att hålla samman samhället och vilken roll har public service?

Under hösten riktade SVT en inbjudan till olika delar av mediebranschen till en konferens för att diskutera gemensamma utmaningar och frågor om den digitala transformationen och vad den betyder för aktörerna i branschen gällande rörlig bild. Här gavs möjlighet att utbyta tankar och idéer med andra aktörer. Frågor som de cirka 120 deltagarna fick diskutera var bland annat: Hur kommer vi använda oss av rörlig bild för att sprida kunskap, kommunicera och berätta historier? Vad kommer krävas för att vara ett framgångsrikt medieföretag i framtiden? Kommer innehållet att förändras med nya typer av publiceringsytor och de nya behov som publiken och användarna har? Samtal och diskussioner varvades med

presentationer och exempel från olika aktörer i mediebranschen.

Under samma vecka som SVT sände från Nobelveckan bjöd företaget in till evenemang som tangerade frågan om digitaliseringens utmaningar, med utgångspunkt om kunskap och bildning. I ett rundabordssamtal där cirka 60 personer lyssnade på ett samtal med temat: Möjligheterna för Sveriges befolkning att ta del av information, kunskap och bildning i en digitaliserad framtid. Samtalet kretsade kring frågor som hade digitaliseringen som utgångspunkt och den stora samhällsförändringen som innebär nya krav men även möjligheter. Att ta del av, och utbyta, information människor världen över har blivit lättare. Men vad innebär omvälvningen som skär genom alla samhällsområden för skola, folkbildning och public service? Medverkande vid rundabordssamtalet var: Anna Carlstedt, Ersta Sköndal högskola, tidigare ordförande Röda korset, Cecilia Bjursell, vd Encell, nationellt center för livslångt lärande, Jan Helin, programdirektör SVT, Karin Nygårds, Digitalsmart, Lars Strannegård, professor och rektor, Handelshögskolan Stockholm, Sverker Sörlin, idéhistoriker och författare.

Samma vecka hölls ett panelsamtal där frågorna som diskuterades hade utgångspunkt i fakta och begreppen sant och falskt vid medias informations-spridning. Har sanning, källkritik och korrekta fakta tappat mark? Vad innebär det här för demokratin? Väljer publiken det de vill tro på framför fakta och gör de det valet som ett sätt att hantera den våg av information som väller över dem? Bland annat behandlades dessa frågor i en panel bestående av Dan Kahan, professor i juridik och psykologi, Derek Muller, producent och programledare, Michael Mosley, journalist, läkare, programledare och producent, Hanna Stjärne, vd SVT.



Paralympics Foto: Johan Paulin

# 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 2016 haft en inverkan på publikens relation till SVT och tv-mediet i vid bemärkelse.

## 8.1 PUBLIKRÖRELSEN FRÅN BROADCAST TILL ONLINE

Svenskarna ser allt mer på rörlig bild. 2015 uppgav befolkningen att man tittade i snitt 129 minuter per person och dag på rörlig bild, vilket är en ökning med två minuter jämfört med 2015. Denna trend är särskilt stark bland ungdomar, idag ser 16–19-åringar på rörligt innehåll 176 minuter per person och dag. Motsvarande siffra 2013 var 133 minuter per dag.

Broadcast står fortfarande för den största delen av tittandet med 54 procent av den totala tittartiden. En genomsnittlig dag samlar broadcast sex miljoner tittare. Här syns dock en nedåtgående trend och under 2016 var det cirka 130 000 färre tv-tittare en genomsnittlig dag jämfört med 2015 (- 4 procent), enligt de officiella tv-mätningarna av MMS. SVT

behåller sin starka ställning i broadcast och hade 36 procent av den totala tittartiden i Sverige 2016, vilket är en lika stor andel som under året innan, men alltså med en minskning i reella tal.

Undersökningar visar att det ökande tittandet på rörligt material drivs av en annan trend, det ökande tittandet online (MMS Trend & Tema, SVT/Norstat). Under 2015 uppskattade befolkningen att 41 procent av tittartiden skedde online. Denna andel hade ökat till 46 procent år 2016. Trenden syns även hos SVT. Enligt självskattningar sker 19 procent av tittandet på SVT på online-plattformarna, vilket kan jämföras med 15 procent året innan.

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. Denna trend har resulterat i att sedan 90-talet har tv-tittarna i Sverige blivit allt äldre. Det är framför allt i de ovan nämnda grupperna som också SVT tappar i veckoräckvidd i broadcast, medan räckvidden bland personer över 60 år fortfarande är stabil.

De stora globala aktörerna Youtube, Netflix och Facebook står för en allt större del av befolkningens totala tittartid i broadcast och online: 29 procent under 2016. Ser man enbart till tittartiden online stod de tillsammans för 70 procent, vilket kan jämföras med SVT:s andel på 13 procent av det totala online-tittandet.



## 8.2 MEDIEANVÄNDNING VID KRISER

Medierna är viktiga när kriser inträffar. Under de senaste åren har flera allvarliga terrorattacker inträffat. En undersökning som gjordes i samband med Bryssel-attackerna visar att det var genom de traditionella nyhetsförmedlarna som medborgarna först fick veta att attentaten inträffat (Novus/SVT). De flesta fick reda på dåden, som inträffade på morgonen, genom Sveriges Radio. Vid attentaten i Paris, som skedde sent på kvällen, var Aftonbladet största initiala källa. När man väl fått informationen väljer dock en mycket stor del av publiken att slå på tv:n eller att gå till SVT:s onlinetjänster för att få mer information. Vid attentaten i Bryssel och Paris var SVT mediet som flest vände sig till för att få mer kunskap, närmare två tredjedelar av befolkningen. Vid

båda attentaten var även SVT den aktör som ansågs ge mest tillförlitlig information. Även Aftonbladet och TV4, fyllde en viktig roll vid dåden och ungefär en tredjedel av befolkning uppgav att de använt dessa två medier för att få mer kunskap om attentaten. Sociala medier används dock i liten grad i skarpa nyhetslägen.

Dessa undersökningar visar att publiken får sin första information beroende på tidpunkt och vanor, men väljer sedan att gå till de nyhetsförmedlare som är mest trovärdiga och som visar rörlig bild.

## 8.3 VÄRDERING AV KANALER OCH TJÄNSTER

I en återkommande attitydmätning får ett representativt urval av befolkningen bland annat sätta betyg på 36 tv- och

webb-tv-kanaler och tjänster. På en femgradig skala är medelvärdet av alla kanaler och tjänster hösten 2016 3,3 på en femgradig skala. SVT:s tv-kanaler når ett medelvärde på 3,7. SVT1 är den kanal som värderas högst av samtliga tv-kanaler, med ett värde på 3,9.

Även SVT Play får ett gott betyg med 4,1 som genomsnittligt värde och är tillsammans med Netflix den högst värderade kanalen/tjänsten i hela mätningen. Även SVT:s nyhetstjänst online är uppskattad och nådde en genomsnittlig värdering på 4,0. Värderingarna för SVT är över tid stabila och högre än de flesta kommersiella alternativ.





Springfloden Foto: Ulrika Malm

# Resursanvändning

## 9.1 INTÄKTER

SVT:s verksamhet finansieras till övervägande del av radio- och tv-avgiftsmedel (92 procent). Anslagsvillkoren som regeringen årligen fastställer anger under vilka förutsättningar medlen får disponeras. Avgiften fastställs av riksdagen och uppgår sedan 1 juli 2015 till 2 216 kronor. Då höjdes avgiften för första gången sedan 2009. Tilldelade avgiftsmedel jämföras skattemässigt med statliga näringsbidrag, vilket betyder att under året ej förbrukade medel behandlas som förutbetalda (skuldförda) avgiftsmedel.

Sidoverksamheten genererade 71,4 miljoner kronor och resulterade i ett överskott på 6,7 miljoner kronor. Intäkterna redovisas som en separat post och en utförligare beskrivning av sidoverksamheten lämnas i slutet av kapitlet.

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 177 miljoner kronor vilket motsvarar förra årets avstående.

### Övriga intäkter och kommersiella samarbeten

SVT:s övriga intäkter uppgick till 335,2 miljoner kronor exklusive sidoverksamheten. Detta är en ökning jämfört med förra året som förklaras helt av åtaganden som SVT hade i samband med värdskapet för Eurovision Song Contest (ESC) under våren 2016. Se särskild beskrivning i slutet av detta kapitel.

Övriga intäkter utgör SVT:s definition av kommersiella samarbeten som till fullo redovisas inom denna post.

SVT har per definition inga andra kommersiella samarbeten utöver vad som redovisas här. SVT:s kommersiella samarbeten är många till antalet och skiftande i karaktär. Av hänsyn till normal affärssekretess så varken kan eller får SVT redovisa enskilda uppgörelser eller avtal. Därför väljer SVT att redovisa de olika typerna av intäkter och samarbeten i grupper för att tydligt beskriva de olika varianterna. Ett undantag görs detta år för ESC då resultatet av denna speciella händelse, har påverkat stora delar av såväl intäkter som kostnader.

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

1. Anslag omfattar ett statligt anslag för de svenska sändningarna över Finland vilket 2016 uppgick till 11,3 miljoner kronor. SVT får också särskilda bidrag för att genomföra beredskapsprojekt. 2016 års bidrag ökade till 8 miljoner kronor.
2. I det som benämns tekniska tjänster

och förlag består intäkterna främst av kompletterande verksamhet i form av försäljning av Julkalendern och Allsångshäftet i pappersformat. Minskningen jämfört med 2015 förklaras främst av försäljning av resurser till andra tv-bolag i samband med Skid-VM i Falun, vilket inte har någon motsvarighet 2016.

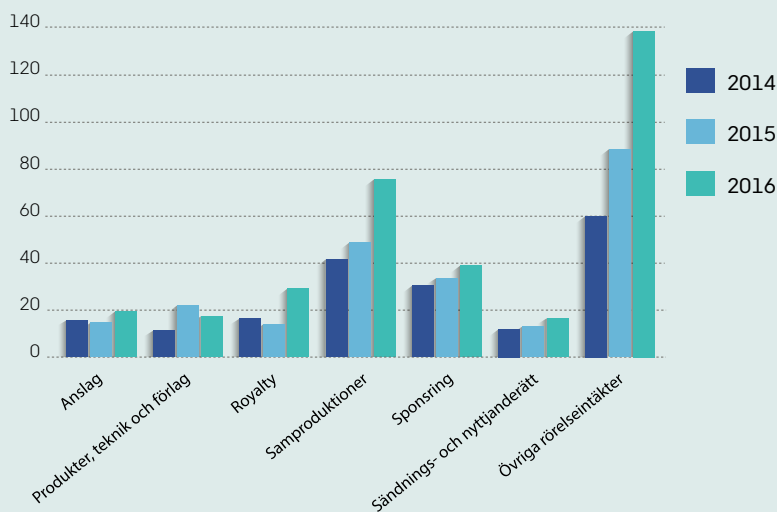
3. Intäkterna för royalty är uppdelade i två delar. Den första delen kommer från spelfilmer där SVT har varit samproducent och den andra delen från främst dramaproduktioner som sänts i andra länder. I båda fallen har royaltyintäkten fungerat som förutsättningar när produktionsbesluten togs. Den första delen har ökat med nästan 10 miljoner kronor bland annat beroende på stora filmframgångar exempelvis med filmen *En man som heter Ove*.
4. 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. Intäkterna för ordinarie samproduktioner minskade under året och ökningen förklaras helt av EBU:s bidrag för genomförandet av ESC (se nedan).
5. Intäkterna från sponsring beskrivs utförligare längre ner i kapitel 9.4. Även här är ESC hela förklaringen till ökningen.
6. Den största delen av sändnings- och nyttjanderätter består av sublicensiering av sporträttigheter och vidareförsäljning av utländska förvärv. Det kan också förekomma försäljning av egna rättigheter. Summan har ökat något jämfört med tidigare år beroende på sporträttigheter som sålts vidare.
7. Övriga rörelseintäkter består av många skilda verksamheter. Även här är den främsta orsaken till ökningen ESC. I övrigt ingår intäkten av värden kopplade till *Melodifestivalen* som höjdes som en följd av att SVT 2015 ge-

### 9.1.1 Verksamhetens intäkter, mkr

	2014	2015	2016
Erhållna avgiftsmedel från rundradiokontot	4 476,5	4 566,0	4 772,3
Korrigeringar mellan programbolagen	1,0	1,7	-3,7
<b>Totalt erhållna avgiftsmedel</b>	<b>4 477,5</b>	<b>4 567,7</b>	<b>4 768,6</b>
Avgiftsmedel överförda till RIKAB	-85,9	-97,6	-98,6
Avgiftsmedel överförda till SRF	-109,7	-80,4	-78,4
<b>Delsumma</b>	<b>-195,6</b>	<b>-178,0</b>	<b>-177,0</b>
Förändring skuldförda avgiftsmedel	60,5	39,4	-2,0 *)
<b>Summa intäktsförda avgiftsmedel</b>	<b>4 342,4</b>	<b>4 429,1</b>	<b>4 589,6</b>
Visningsrätter, samproduktioner, royalty	69,6	83,9	128,4
Tekniska tjänster	11,1	12,9	9,0
<b>Sponsring</b>	<b>30,3</b>	<b>33,3</b>	<b>39,5</b>
Övrigt	75,4	103,1	158,3
<b>Summa övriga intäkter</b>	<b>186,4</b>	<b>233,2</b>	<b>335,2</b>
<b>Summa</b>	<b>4 528,8</b>	<b>4 662,3</b>	<b>4 924,8</b>
Sidoverksamhet	66,6	68,1	71,4
<b>Summa intäkter</b>	<b>4 595,4</b>	<b>4 730,4</b>	<b>4 996,2</b>

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

### 9.1.2 Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet 2015, mkr



Se bilaga 3.

nomförde upphandling av turnésam-ordningstjänster. Det innebar att kostnaden för de tjänsterna sedan 2015 belastar SVT men att SVT samtidigt får en ökad intäkt vid licensieringen av varumärket och andra rättigheter. En annan större post är valutakursvinster som uppgick till 17 miljoner kronor 2016. Övriga rörelseintäkter består också av överskott från telefonintäkter i samband med stora evenemang och insamlingsgalor. I denna summa finns också lönebidrag och intäkter från de nordiska public service-bolagen för det gemensamma kon-toret i Bryssel.

## Sponsring

Sponsringen är en del av finansieringen av kärnverksamheten och regleras i sändningstillståndet. Syftet med spons-ringsmöjligheten är att SVT ska kunna sända sportevenemang som annars kan vara svåra att finansiera eller säkerställa på grund av rättighetsinnehavarnas krav. Under 2016 uppgick sponsringen till 39,5 miljoner kronor. Ökningen för-klaras återigen av ESC. De övriga intäk-terna för de 19 sportevenemangen minskade däremot, bland annat till följd av den nya praxis kring definitio-nen av ett evenemang som tillämpas från och med 2016.

Under 2016 sponsrades i enlighet med tillståndet 20 evenemang inklusive ESC och den svenska finalen i Melodi-festivalen. Ett evenemang kan gälla en-dast 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 un-der hela vintersäsongen. Under året fö-rekom 598 sändningar som var sponsra-de. Det är en ökning jämfört med 2015 som förklaras av att EM i fotboll som sändes från Frankrike varade under en hel månad och bestod av många sänd-ningar.

## Eurovision Song Contest

Direkt efter att Måns Zelmerlöw hade vunnit Eurovision Song Contest 2015 började arbetet med att förbereda fina-len 2016 i Stockholm. Erfarenheten från 2013 års evenemang var till mycket stor hjälp och flera av produktionens medar-betare hade varit med vid produktionen i Malmö.

Ett så stort evenemang har många parter inblandade. De viktigaste parter-na var European Broadcasting Union (EBU), SVT som host broadcaster och värdstaden, i detta fall Stockholm, som ansvarade för bland annat aktiviteter riktade mot den tillresta publiken.

SVT producerade två semifinaler och en final som totalt resulterade i nio pu-blika tillställningar i och med två repeti-tioner av varje sändning. SVT valde att låta produktionen genomsyras av ett un-derliggande budskap om mänskliga rät-tigheter och att överbrygga kulturella

skillnader i Europa. Precis som vid se-gern i Malmö såg SVT till att bidra till utvecklingen av eventet som sådant, bland annat genom förändringar i röst-systemet. Produktionen som uppmärk-sammades globalt belönades med ett av Europas finaste tv-priser, Guldrosen, och fler än 200 miljoner tittare beräknas ha tagit del av programmen. SVT höll också ett antal seminarier och möten i samband med det veckolånga eventet på temat sammanhållning.

Den sammanlagda kostnaden för hela evenemanget, som bestod av två deltäv-lingar och en final, var 208 miljoner kro-nor. I denna summa inkluderas förutom själva produktionen även kostnader för den svenska sändningen, teckenspråks-tolkning, pressevent och extrasändning-ar före och efter programmen.

De samlade intäkterna för ESC upp-gick till 114 miljoner kronor vilket inne-bär att nettokostnaden för SVT och

### 9.1.3 Sponsring

Evenemang	Antal sändningar
Alpint: Världscupen	133
Längdskidor: Världscupen	73
Skidskytte: Världscupen, hösten	21
Skicross: Världscupen	10
Ridsport: VC-serien hoppning	18
Ishockey: Champions Hockey League	34
SM-veckan, vinter	7
Motor: WRC (Rally-VM)	22
Vasaloppet	2
Fotboll: Svenska Cupen	10
Golf: US Masters	8
Motor: Rallycross-VM	11
Friidrott: Diamond League	8
Motor: STCC	15
Golf: Nordea Masters	11
Fotbolls-EM, Frankrike	127
SM-veckan, sommar	14
Paralympics	50
Ishockey: Junior-VM	13
Melodifestivalen (Svenska finalen) & Eurovision Song Contest	11
<b>Summa</b>	<b>598</b>



avgiftsbetalarna blev 96 miljoner kronor, en betydligt lägre kostnad än många tidigare finaler de senaste åren. EBU lämnade ett produktionsbidrag på 45 miljoner kronor. Biljettintäkterna från alla föreställningar gav 49 miljoner kronor och sponsringsdelen motsvarade ett värde av 14 miljoner kronor. Övriga 6 miljoner kronor gällde till största del försäljning av teknik till gästande bolag samt en del produktförsäljning.

## 9.2 KOSTNADER

Från och med 2015 så har nya principer för fördelning av kostnader överenskommits mellan public service-bolagen. Ett av de viktigaste målen som de tre bolagen har är att andelen programkostnader skall öka över tid. 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.

SVT:s 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 ett internationellt sett vanligt mått på effektivitet i public service-bolag. Kostnadsandelen har ökat något vilket är i linje med målen.

### Distribution

Som distributionskostnad räknas kostnaden för distribution av marksändningar samt kostnad för internetdistribution. Sedan 2014 har SVT tagit över distributionskostnaderna från UR motsvarande knappt 12 miljoner kronor.

### Övriga kostnader

Resterande kostnader räknas som övriga kostnader och består till största del av kostnader för ledningsenheterna ekonomi och teknik, kommunikation, HR, juridik, strategi och investeringar. I posten ingår lokalkostnader, centrala teknik-kostnader, 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 men inte andelsmässigt.

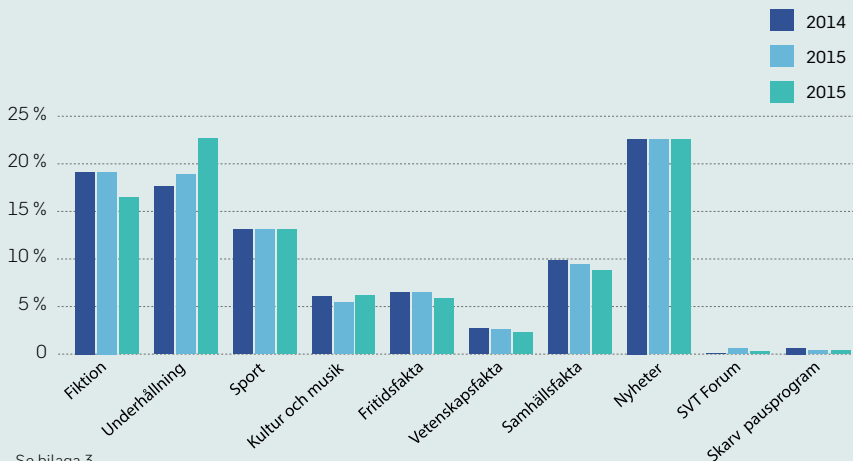
### Produktionskostnad per programkategori

SVT väljer att dela upp kostnaderna i de ovan beskrivna huvudkategorierna varav programkostnaden är den största delen. I diagrammet (och i tabellerna i bilaga 3) ser man fördelningen per programkategori i både kronor och i andelar. SVT ser ingen naturlig fördelning av distributionskostnader och övriga kostnader på programmen utan den närmsta fördelningen som skulle kunna göras är proportionellt mot programkostnaden. Därför kan den som önskar fördela den totala kostnaden (exklusive sidos-

#### 9.1.2 Verksamhetens kostnader, mkr

	2014		2015		2016	
Broadcast	3 184,1		3 325,0		3 560,6	
Internet	264,1		275,0		257,7	
<b>Programproduktion</b>	<b>3 448,2</b>	<b>75 %</b>	<b>3 600,0</b>	<b>76 %</b>	<b>3 818,3</b>	<b>77 %</b>
Distribution	276,4	6 %	287,2	6 %	301,2	6 %
Gemensamma	804,2	18 %	775,1	16 %	805,3	16 %
<b>Summa</b>	<b>4 528,8</b>	<b>99 %</b>	<b>4 662,3</b>	<b>99 %</b>	<b>4 924,8</b>	<b>99 %</b>
Sidoverksamhet	64,5	1 %	65,3	1 %	64,7	1 %
<b>Summa kostnader</b>	<b>4 593,3</b>	<b>100 %</b>	<b>4 727,6</b>	<b>100 %</b>	<b>4 989,5</b>	<b>100 %</b>

#### 9.2.2 Andel av totala kostnader per programkategori inklusive barn och unga



Se bilaga 3.



Det sitter i väggarna Foto: Janne Danielsson

verksamhet) utifrån respektive programkategoris andel. SVT finner det inte meningsfullt att göra den fördelningen utan hänvisar till de andelssiffror som presenteras.

Kostnaden för programproduktionen fördelas mellan olika programkategorier. Kostnaderna får och bör variera mellan åren beroende på produktionsmixen. Det finns inga särskilt uppsatta mål för vad som är en idealisk mix. Vissa år görs extra satsningar på drama och andra år är sportintensiva. Ett valår som 2014 medförde omföringar till nyheter och samhälle och 2016 års värdskap av *Eurovision Song Contest* medförde extra kostnader inom underhållning. De totala kostnadernas fördelning per programkategori framgår av diagrammet nedan.

Det har varit stora variationer jämfört med 2015. Som tidigare nämnts har fiktion och övrig underhållning delvis minskat till följd av satsningen på ESC.

För övriga kategorier har det varit mindre förändringar och andelarna är relativt lika jämfört med 2015.

Produktionskostnaderna per timme varierar kraftigt inom och mellan genrer och är inte ett relevant mått på effektivitet. Nyheter, som utgör den enskilt största kostnadsposten, har en låg timkostnad, då verksamheten samtidigt genererar många timmar. Fiktion och drama, i synnerhet historiskt drama som *Fröken Friman* eller *Midnattssol*, är klart dyrast att producera per timme följt av underhållning. Båda dessa genrer 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 barnutbu-

det som *Bolibompa* och *Sommarlovs-morgon*.

### 9.3 PRODUKTIVITETS-ÖKNING OCH VERKSAMHETS-UTVECKLING

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.

SVT:s viktigaste mål och mått på produktivitetsförbättringar är:

*Andelen medel till program ska öka långsiktigt*

SVT:s centrala produktivitetsmått är andelen medel som används för program

och tjänster. Som tidigare redovisats har SVT över tid 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.

#### *Återkommande program, förutom nyhetsprogrammen, medges ingen kostnadsökning mellan åren*

Inom ramen för programbudgeten bedrivs det löpande rationaliseringsarbetet 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.

#### *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.

En viktig del av rationaliseringarna är övergången till så kallad remote-produktion (även kallad distansproduktion). SVT äger inte längre OB-bussar utan hyr vid behov in resurser från den externa marknaden. Teknikens utveckling gör dock att företaget emellanåt kan använda fiberuppkoppling som alternativ och istället producera via remote. Vid en OB-produktion finns ett kontrollrum samt personal på plats på sändningsorten med de merkostnader det innebär. Vid distansproduktion skickas kamera-sig-naler och ljudsig-naler direkt till SVT i

Stockholm och hanteras via ett befintligt kontrollrum där. Endast studiopersonal är då på plats på arenan. Under 2016 producerades bland annat Vasaloppet på detta sätt.

SVT:s produktion lägger allt mer resurser på att skapa flöden mellan olika system för att möjliggöra snabbare publiceringar. Detta är väsentligt inte minst när det gäller online-publiceringar via internet där en planerad tablå ersatts av ett kontinuerligt flöde. Ett ökat antal produktioner, bland annat *Fråga Doktorn* och *Go'kväll*, har i allt större utsträckning producerats med en ökad grad av automation. Med ambitionen att bli mer flexibla och resurseffektiva bedrivs ett försöksprojekt kallat Skalar studio som skall göra det enklare att ställa om studioresursen efter programproduktionens behov.

Andra exempel är utveckling av ett antal produktionsinriktade appar riktade till medarbetare, bland annat en app som förenklar leverans av filmat material från smartphone för snabbare publicering av nyheter. En annan app gör det enklare att publicera grafiska inslag på sociala medier och en väderapp för grafiken sparar tid för meteorologerna.

SVT har även utvecklat en ny enklare spelplats som gör det möjligt för sportverksamheten att sända med minimal bemanning. På liknande sätt har en teknisk uppgradering av speakerbås inneburit att behovet av teknisk personal och utrustning minskat markant vid exempelvis syntolkning. Smartare utnyttjande av lokaler och omflyttning av teknik har ökat tillgången till redigeringsmöjligheter.

Genom rationaliseringar med nya produktionsmetoder, bättre planering och intern omfördelning av resurser har behovet av externa intag minskat. Inom Nyheterna har sådana rationaliseringar finansierat en ökad satsning på live-bevakning, större delen av en ny videodeskfunktion samt en ökad satsning på lokala sändningar på som-

maren inom befintlig bemanning.

Ett rationaliseringsarbete har genomförts i SVT:s ateljéverksamhet. Genom ny organisation och ändrad planering har produktiviteten ökat kraftigt. Investeringar i teknik som möjliggör byggnad av mer teknisk avancerad dekor internt har lett till ett bättre resursutnyttjande samt minskat behov av externa inköp.

Inom den interaktiva verksamheten pågår en växling från konsulter till anställda vilket leder till lägre kostnader för webb-utvecklingen.

#### *Andelen upphandlingar enligt LOU ska öka*

En viktig effektiviseringsåtgärd har varit en förbättring av SVT:s inköpsverksamhet, och ett centralt nyckeltal är därför andelen upphandlingar enligt LOU. Allt fler inköpsbeslut som inte rör hela programprojekt har centraliserats och standardiserats. 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 2016 blev en minskning och inköpsandelen på avtal hamnade på 85 procent jämfört med 88 procent för 2015. En viktig förklaring till detta är att stora uppköp gjordes för ESC som inte ingått i kravet på LOU-upphandling, då de omfattas av programundantaget. Målsättningen är att denna andel ska öka under tillståndsperioden.

Under året har ett antal avtal upphandlats till lägre kostnader än tidigare. Till exempel används en webbtjänst för



resor vilket innebär att bokningsavgifterna i stort sett försvunnit. Därtill har bland annat avtal för revision samt datasupport omförhandlats till en lägre kostnad.

#### *Effektiviseringar i OH och distribution*

Utvecklingen mot ökad användning av SVT Play leder till ökade distributionskostnader för bland annat streaming. SVT arbetar aktivt för att hålla distributionskostnaderna så låga som möjligt och har därför skiftat till en ny strategi för online-distribution. Den nya strategin innebär bland annat en satsning på teknisk innovation, där utvecklingen av ett eget CDN (content distribution network) ingår. Detta syftar till att förlägga delar av online-trafiken till en intern CDN-plattform istället för att köpa tjänsten externt.

Tillsättning av nya tjänster provas alltid noggrant, framförallt inom administrationen. Målet är att antalet tillsvidareanställda inte ska överstiga 2 100. En förändring av SVT:s ledningsfunktioner genomförs våren 2017, bland annat i syfte att åstadkomma en större effektivitet i arbetet.

Public service-företagen samarbetar kring effektiviseringar inom dessa områden. Exempelvis träffas inköpsansvariga på PS-bolagen för att gå igenom upphandlingsbehoven samt planera de upphandlingar som ska göras. SVT Inköp har från 2016 även ansvarat för de upphandlingar som UR har behov av. Exempel på gemensamma upphandlingar för samtliga bolag är telefoni, städtjänster, bevakning, brandskyddsprodukter, teckenspråkstolkning, syntolkning och mobiltelefoner. Totalt genomfördes fler än 20 gemensamma upphandlingar.

Programbolagen samlokaliserar 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.



Selmas Saga Foto: Ulrika Malm



## 9.4 SIDOVERKSAMHET

Sidoverksamheten riktar sig både till titlarna 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. Från och med årets redovisning delas sidoverksamheten 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. Vid försäljning av till företaget anknutna produkter belastas inte sidoverksamheten till någon del av den ursprungliga kostnaden för en tv-produktion. Sidoverksamhetens del av fastighetskostnader, tele-, distributions- samt servicekostnader, alltså för programbolagen gemensamma kostnader som redovisas i Sveriges Radio Förvaltnings AB, belastar sidoverksamheten. Det gemensamma påslaget har fördelats proportionellt mot respektive verksamhets intäkt.

Produktionsresurser 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 mediemarknaden eftersom det möjliggör för mindre produktionsbolag och kanaler att göra produktioner som förutsätter stora studior och kompetens.

### 9.4 Sidoverksamhet, mkr

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

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.

Under många år har SVT kraftigt

minskat sina behov av lokalytor och bland annat i Stockholm har all verksamhet samlats på Gärdet. Dock sitter SVT kvar med ett antal hyreskontrakt som löper ut först under 2018. SVT har lyckats hyra ut delar av dessa fastigheter som inte längre nyttjas för den egna verksamheten. Dock har det endast varit möjligt att hyra ut till rådande mark-

nadspris vilket under senare år har varit lägre än när SVT skrev kontrakten. Om ingen uthyrning skulle ske över huvud taget skulle den övriga verksamheten drabbas av hela hyreskostnaden. Denna del kommer försvinna när hyreskontrakten löper ut med de externa fastighetsägarna.

**Försäljning av hela tv-program** består av vidareförsäljning av visningsrätter av program till andra tv-bolag som uppmärksammas internationellt. Den del som klassas som sidoverksamhet är när försäljningen sker efter att programmen är producerade. Intäkten har alltså inte varit en förutsättning för programmets tillkommande så som vid samproduktioner. Exempel på detta kan vara prisbelönta dokumentärer eller dramaserier med SVT som huvudproducent.

**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.

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 efterfrågas av andra bolag.

**SVT World** är den kanal som möjliggör för svensktalande 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 har beslutat att lägga ner tjänsten den 30 april 2017.

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 media- och reklambolag.

Nettoresultatet från de sex resultatområdena av sidoverksamhet balanseras i fritt eget kapital och uppgick 2016 till 6,7 miljoner kronor. Det finns två verksamheter som inte burit sina egna kostnader under året. SVT World som under våren 2017 kommer läggas ner och andrahandsuthyrningen av fastigheter som kommer upphöra så fort hyreskontrakten går ut. 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 och försäljning av abonnemang. 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 förfogar 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 kostnadstäckning 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 självförsörjnings-

grad 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. Under 2016 kom det in en anmälan till Konkurrensverket om att SVT hade för låga priser vid uthyrning av kostymer och rekvisita. Konkurrensverket fann ingen anledning att gå vidare med anmälan. 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 anlitas en oberoende mäklare som säkerställer att hyresavtalen tecknades enligt rådande marknadspriser. Det fanns ingen möjlighet att få täckning för SVT:s faktiska kostnader för det hyresavtal som tecknades långt tidigare.

Det är inte enbart ett positivt resultat som är det enda avgörandet för om SVT bedriver sidoverksamheterna konkurransneutralt eller ej utan det kan bero på helt andra orsaker. SVT Worlds abonnemangspris har legat väl i linje med liknande tjänster men det var efterfrågan som minskade kraftigt. Bland annat har möjligheter att se programmen via SVT Play ökat och det finns en väl utbyggd piratverksamhet kring vidareändring av alla SVT:s och andra tv-bolags kanaler i populära turistorter.

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

# 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 2017.

SVT antog 20 september 2016 en ny strategi som siktar mot den resterande delen av tillståndperioden. Beslutet föregicks av en omfattande process som bland annat innefattade publikundersökningar, fokusgrupper, externa och interna analyser av förändringar i mediebeteenden och den ekonomiska utvecklingen på mediemarknaden, arbetsgrupper med ett stort antal medarbetare och workshops med program- och verksamhetsansvariga från olika delar av företaget.

De nya strategierna betonar i hög grad kärnan i public service-uppdraget, att engagera, underhålla och berika. Visionen – att 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 cen-

tral roll att spela då behovet av oberoende och kvalitetssäkrad information ökar.

SVT:s långsiktiga mål för verksamheten beskrivs i företagets public service-redovisning.

Strategierna pekar vid sidan om detta ut ett antal strategiska områden som kommer vara styrande för verksamheten från 2017 och under resterande delen av tillståndperioden.

Ett prioriterat område är att säkra företagets roll som hela Sveriges television. Polariseringen och de filterbubblor som skapas leder till en ökad känsla av splittring och en brist på tillit, trygghet och tillhörighet. SVT:s utmaning är att ge människor en känsla av samhörighet. Som en del av detta fortsätter SVT de riktade satsningar mot program som på olika sätt speglar dagens Sverige. SVT avser även bygga vidare på de senaste årens omgörning och decentralisering

av den lokala verksamheten. Sverige-spegling handlar idag inte enbart om geografiska aspekter. Utbildningar genomförs i syfte att säkra att individer och grupper skildras på ett relevant och fördomsfritt sätt.

Ett andra område handlar om att möta de mycket snabba förändringarna i medieanvändning. I det arbetet prioriterar SVT särskilt utvecklingen av SVT Play, SVT:s nyhetstjänst online samt SVT:s online-utbud riktat till barn. Detta kräver genomtänkta insatser, såväl innehållsligt som infrastrukturellt. Som exempel på det senare har SVT beslutat utöka satsningarna på IT-säkerhet, utöver vad tillståndet som är strikt kopplat till marknätet kräver. Vad gäller innehållet ökar investeringarna i utbud primärt producerat för online – redan idag publiceras exempelvis SVT:s dokumentärer först i SVT Play och senare i broad-



Midnattssol Foto: Ulrika Malm

cast. Samtidigt avser SVT att bygga vidare på sitt 60-åriga arv och genom ett kvalitativt innehåll i broadcast-kanalerna behålla den stora, äldre publik som föredrar traditionell tv.

Globaliseringen leder till att SVT:s program och tjänster måste mäta sig med det bästa från hela världen för att vara intressanta för publiken. För att klara det måste SVT samarbeta med de bästa kreatörerna i Sverige, en strategi som visat sig framgångsrik, inte minst på dramaområdet. En stor omgörning sker under 2017 och 2018 där SVT lägger om verksamheten för att hållbarhets ett större ansvar för filmens framtid. Bland annat kommer SVT åter att engagera sig i utveckling av lång spelfilm tillsammans med externa kreatörer i filmbranschen. SVT har åtagit sig att garantera 100 miljoner kronor årligen för svensk film under perioden 2017–19, vilket

innebär en betydande ökning av SVT:s ansvarstagande på området, vid sidan om de omfattande satsningarna på tv-drama. Utgångspunkten för SVT:s omläggning är publikens möjligheter att ta del av svensk film. Det är i sammanhanget värt att betona att en förutsättning för SVT:s åtagande har varit att SVT:s ekonomiska villkor kvarstår som oförändrade och att ingen ny reglering införs som påverkar SVT:s medverkan i framtiden för svensk film. SVT söker även nya samarbeten med svenska aktörer inom bland annat pressen för att gemensamt bättre kunna möta utmaningarna från de globala plattformsaktörerna. Samtal med aktörer har inletts och pågår under våren.

I överflödet av information och desinformation ökar behovet av oberoende och kvalitetssäkrad information. SVT ökar således bland annat satsningarna

på faktakontroll och på förklarande journalistik och program i olika format. 2018 kommer även i hög grad präglas av att det är valår. Valbevakningen är en primär uppgift för SVT, och SVT:s målsättning är att också denna gång vara den enligt publiken viktigaste källan till information inför valet.

Satsningarna på samhällsinformation ska också ses som ett svar mot en ökad hotbild mot det demokratiska samtalet. En diskussion har väckts om försöken att diskreditera medier och framföra direkt lögnaktiga uppgifter i syfte att vinna politiska fördelar. Samtidigt ökar hat och hot mot journalister och kulturutövare. Inte minst allvarligt i sammanhanget är 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. SVT skärper mot bakgrund av den ökade hotbilden insatserna på dessa områden, bland annat genom utbildningar, övningar och tekniska investeringar. I det sammanhanget finns anledning att peka på IT-säkerheten som ett område av stor betydelse, där SVT utökar sina investeringar och kartlägger nya behov.

Den moderna publiken förväntar sig kunna interagera och ställa frågor och krav. Detta samtidigt som den tekniska utvecklingen ger medieföretagen nya möjligheter att behandla publiken just som individer och inte som kollektiv. Att förstå och lära känna sin publik är avgörande för att SVT ska fortsätta att vara relevant och hela Sveriges television även i framtiden. Utöver självklara satsningar på digital publikdialog har en samtalsturné inletts där publiken har givits

möjlighet att i grupper be om ett besök av SVT:s medarbetare. Syftet är att medarbetare och chefer på SVT Nyheter ges nya möjligheter att lära sig mer om publiken, vad de tycker är en nyhet och hur de bäst vill ta del av nyheter och sport. Mer än 500 ansökningar från olika grupper, från syjuntor till byalag och studentkorridorer i hela landet, har inkommit till SVT och ett urval kommer nu att ske för att få så stor spridning som möjligt bland de besökta grupperna.

SVT har en given intäkt, samtidigt som kraven ökar närmast exponentiellt. I första hand måste resurserna till olika satsningar därför komma inifrån, genom prioriteringar, och genom att företaget tar tillvara den nya teknikens möjligheter att producera enklare. Som exempel på satsningar pågår flera projekt med enklare produktionsmetodik, bland annat kopplat till fjärrstyrning av pro-

duktion. Detta är en central teknik för utvecklingen av framtidens tv-produktion. Efter den så kallade drönardomen har det pågått en diskussion huruvida sådan produktion är förenlig med lag. SVT menar att så är fallet men att detta bör förtydligas i lagen. Förslag kring detta är för närvarande på remiss. Även på andra områden, exempelvis distribution av video pågår projekt i syfte att minska kostnadsökningen i takt med att en ökad användning av tv sker över internet.

# Bilaga 1

## Sammanfattning

	Villkor	Utfall	Kapitel
ST 1	Sända 4 programtjänster mm	SVT har sänt 5 kanaler i 4 programtjänsterom, minst 50 timmar vardera till 99,8 % av befolkningen.	5.1 5.2
ST 2	Sända text-tv	SVT har sänt 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 114 017 program, endast 61 hade något allvarligt fel. Under 2016 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. 72 % 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	60 % egen produktion och 40 % annan. Knappt 1,4 miljarder kronor går till utomstående medverkan och andra samarbeten.	7.7
ST 8	Nyhetsverksamhet	Många olika programtyper, allmänna och granskande program, sociala frågor som #syrien200.	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 och indirekt satsning på svensk film.	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 (bland annat SVTz). 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.	7.5
ST 12	Minoritetsspråk	Bolagen har sammantaget ökat minoritetsspråken från index 100 till 154 sedan 2013. SVT har sänt på 40 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.	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 kommer ske 2017.	9.1 4.3
ST 19	Bestämmelser om sponsringsmeddelande	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 18 gånger sänt viktigt meddelande till allmänheten (VMA) enligt villkoren.	4.8
ST 23	Hög säkerhet	Endast 61 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 innehar 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 och SVT World kan tas emot i hela världen.	5.1, 9.4
AV 8	Sändningar i Sverige och utanför	Ingen särskild avgift erfordras för att ta emot SVT:s sändningar i Sverige. Under 2016 gjorde SVT World en förlust som balanserades av tidigare vinstmedel. Den kommersiella delen läggs ner under 2017	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 vidasänds 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 2016	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	55 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 funktionsnedsättning enligt särskilt beslut	Beskrivs i redovisningen.	7.5

## Bilaga 2

### Bolagsgemensamt index för minoritetsspråk

För att kunna göra en samlad bedömning av program-bolagens 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 utifrån antalet timmar som sänds. 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					Förändring			
2013	SR	SVT	UR	Totalt	SR	SVT	UR	Snitt
Finska	7 319	314	15	7 648	100	100	100	100
Samiska	1 393	84	13	1 490	100	100	100	100
Meänkieli	803	17	10	830	100	100	100	100
Romani chib	392	23	8	423	100	100	100	100
Teckenspråk		121	29	150		100	100	100
<b>Totalt</b>	<b>9 907</b>	<b>559</b>	<b>75</b>	<b>10 541</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

2014	SR	SVT	UR	Totalt	SR	SVT	UR	Snitt
Finska	7 319	342	19	7 680	100	109	127	112
Samiska	1 393	103	17	1 513	100	123	131	118
Meänkieli	803	22	12	837	100	129	120	116
Romani chib	392	30	14	436	100	130	175	135
Teckenspråk		139	17	156		115	59	87
<b>Totalt</b>	<b>9 907</b>	<b>636</b>	<b>79</b>	<b>10 622</b>	<b>100</b>	<b>121</b>	<b>122</b>	<b>114</b>

2015	SR	SVT	UR	Totalt	SR	SVT	UR	Snitt
Finska	7 390	325	35	7 750	101	104	233	146
Samiska	1 390	109	15	1 514	100	130	115	115
Meänkieli	830	19	17	866	103	112	170	128
Romani chib	395	27	16	438	101	117	200	139
Teckenspråk		175	17	192		145	59	102
<b>Totalt</b>	<b>10 005</b>	<b>655</b>	<b>100</b>	<b>10 760</b>	<b>101</b>	<b>121</b>	<b>155</b>	<b>126</b>

2016	SR	SVT	UR	Totalt	SR	SVT	UR	Snitt
Finska	7 479	341	39	7 859	102	109	260	157
Samiska	1 392	117	18	1 527	100	139	138	126
Meänkieli	1 047	45	17	1 109	130	265	170	188
Romani chib	400	57	17	474	102	248	213	187
Teckenspråk		187	21	208		155	72	113
<b>Total</b>	<b>10 318</b>	<b>747</b>	<b>112</b>	<b>11 177</b>	<b>109</b>	<b>183</b>	<b>171</b>	<b>154</b>



## Bilaga 3

### 5.1.1 Sända timmar per kanal

2016	SVT1	SVT2	Barn-kanalen	Kunskaps-kanalen	SVT24	Summa
Förstasändning	3 739	3 683	780	208	335	8 745
Repris	3 944	2 437	4 670	1 647	1 377	14 074
<b>Totalt</b>	<b>7 682</b>	<b>6 120</b>	<b>5 450</b>	<b>1 855</b>	<b>1 711</b>	<b>22 818</b>
<b>2015</b>						
Förstasändning	3 580	3 712	823	175	173	8 463
Repris	4 569	2 518	4 621	1 596	1 116	14 421
<b>Totalt</b>	<b>8 150</b>	<b>6 230</b>	<b>5 444</b>	<b>1 771</b>	<b>1 289</b>	<b>22 884</b>
<b>2014</b>						
Förstasändning	3 578	3 763	690	214	109	8 354
Repris	4 396	2 819	4 356	1 504	2 082	15 157
<b>Totalt</b>	<b>7 974</b>	<b>6 582</b>	<b>5 046</b>	<b>1 718</b>	<b>2 191</b>	<b>23 511</b>
	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>			
"Tillkommer regionalt ur ett tittarperspektiv"	198	172	164			
"Producerade timmar regionalt"	2 568	3 188	3 450			

### 6.1 Utbud per programkategori exklusive barn

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

#### 7.4 Barn och unga, förstasändningar

Totalt barn (3–11 år) 2016	Svenskt	Utländskt	Totalt sänt
Fakta och Nyheter	251	12	263
Kultur och konstnärliga upplevelser	195	306	501
<b>Totalt</b>	<b>447</b>	<b>318</b>	<b>764</b>

Totalt barn (3–11 år) 2015	Svenskt	Utländskt	Totalt sänt
Fakta och Nyheter	281	9	290
Kultur och konstnärliga upplevelser	154	371	526
<b>Totalt</b>	<b>436</b>	<b>380</b>	<b>816</b>

Totalt barn (3–11 år) 2014	Svenskt	Utländskt	Totalt sänt
Fakta och Nyheter	265	2	267
Kultur och konstnärliga upplevelser	147	273	418
<b>Totalt</b>	<b>411</b>	<b>275</b>	<b>685</b>

Totalt unga (12–19 år) 2016	Svenskt	Utländskt	Totalt sänt
Fakta och Nyheter	146	6	152
Kultur och konstnärliga upplevelser	96	11	107
<b>Totalt</b>	<b>242</b>	<b>17</b>	<b>259</b>

Totalt unga (12–19 år) 2015	Svenskt	Utländskt	Totalt sänt
Fakta och Nyheter	135	2	136
Kultur och konstnärliga upplevelser	81	3	84
<b>Totalt</b>	<b>216</b>	<b>5</b>	<b>221</b>

Totalt unga (12–19 år) 2014	Svenskt	Utländskt	Totalt sänt
Fakta och Nyheter	88	2	90
Kultur och konstnärliga upplevelser	56	12	68
<b>Totalt</b>	<b>144</b>	<b>13</b>	<b>157</b>

### 9.1.2 Externa övriga intäkter exklusive den del som avser sidoverksamhet, mkr

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

### 9.2.2 Kostnader fördelade på programkategori, mkr

	2014		2015		2016	
Fiktion	618,2	19 %	646,8	19 %	589,5	17 %
Underhållning	561,9	18 %	633,7	19 %	811,1	23 %
Sport	423,1	13 %	437,1	13 %	466,6	13 %
Kultur och Musik	196,9	6 %	187,7	6 %	225,0	6 %
Fritidsfakta	213,3	7 %	220,9	7 %	218,2	6 %
Vetenskapsfakta	94,3	3 %	88,2	3 %	86,6	2 %
Samhällsfakta	322,5	10 %	316,2	10 %	325,0	9 %
Nyheter	723,0	23 %	758,5	23 %	810,6	23 %
SVT Forum	7,1	0 %	17,0	1 %	8,6	0 %
Skarv	23,7	1 %	18,9	1 %	19,4	1 %
<b>Summa</b>	<b>3 184,1</b>	<b>100 %</b>	<b>3 325,0</b>	<b>100 %</b>	<b>3 560,6</b>	<b>100 %</b>

svt