



Sveriges Televisions
public service-redovisning
2014



© Sveriges Television AB 2015

Kontakt: SVT Strategi, 105 10 Stockholm

Redaktion: Jimmy Ahlstrand, Johan Hartman, Johan Lindén,
Thomas Håkansson, Tomas Lindhé och Jocke Norberg

Layout: Anna Markevärn

Bilder: Martin Gillén, Dan Persson, Alexander Ruas/Folio,
Mikael Andersson/NordicPhotos, Kari Kohvakka/Johner.
Övriga bilder SVT. SVT äger rätt till bilder i dokumentet.

Tryck: Tryckservice i Ängelholm AB, 2015

Innehåll

1. VD har ordet	4
2. Det här vill SVT	6
2.1 Värde	6
2.2 Genomslag	7
3. Detta har SVT bidragit med	8
3.1 Värde	8
3.2 Genomslag	11
4. Kvalitet och utveckling	14
4.1 Uppdragsprocess och externa produktionsbolag	14
4.2 Publicistisk kontroll av sändningarna	14
4.3 Sändningskvalitet	17
4.4 Nya tjänster	18
4.5 Svenska språket	18
5. Här finns SVT	19
5.1 Kanaler	19
5.2 Tjänster på internet	21
5.3 Mottagningsplattformar	21
6. Bredden i utbudet	23
6.1 Programkategorier	23
7. Särskilda uppdrag och målgrupper	25
7.1 Mångfald och spegling	25
7.2 Nyheter och samhällsbevakning	27
7.3 Kulturuppdraget	31
7.4 Barn och unga	33
7.5 Tillgänglighet	35
7.6 Minoritetsspråk	37
7.7 Variation i produktionsformer	41
7.8 Folkbildning	42
8. Publiken – användarna	44
8.1 Publikrörelsen från broadcast till online	44
8.2 Särskilda tv-händelser under året	44
8.3 Värdering av tv-kanaler och webb-tv-tjänster	45
9. Resursanvändning	46
9.1 Intäkter	46
9.2 Kostnader	49
9.3 Produktivitetsökning och verksamhetsutveckling	49
9.4 Sidoverksamhet	50
10. Planer för framtiden	53
 Bilaga 1 Sammanfattning	 57
Bilaga 2 SVT:s fem områden för samhällsvärde	59

VD har ordet

Programåret 2014 i Sveriges Television präglades i synnerhet av valen. Val hölls till de beslutande församlingarna på alla nivåer, från kommun till EU och allt detta skildrades och granskades i SVT. SVT:s program utgjorde återigen den viktigaste informationskällan inför valet för publiken som helhet och programutbudet var även det som åtnjöt det största förtroendet. Under året fattades även beslut om en omfattande förändring i det regionala utbudet och under hösten inleddes arbetet med rekryteringen av ett 40-tal journalister inför den planerade starten av nya sändningar på flera platser i landet våren 2015.

Satsningar på att bredda dramautbudet genomfördes med dramaserier som *Blå ögon*, *Tjockare än vatten*, *Bron II* och *Viva Hate*. Veckans föreställning hade nästan 6 miljoner tittningar, mer än tio gånger antalet samlade besök på Sveriges nationalinstitutioner. Missbruksproblem skildrades i *Djävulsdansen*, kända kulturdebatter togs upp i programmet *Skandal* och i *Historieätarnas* andra säsong beskrevs och prövades mat-, umgämes- och klädkultur från 1500-talet och framåt.

För barnen skedde flera förbättringar under andra halvan av året, bland annat genom utvecklade interaktiva tjänster, tablåförändringar, nya program och inte minst omgörningen av *Bolibompa*. Det nordiska utbytet slog rekord med 4 442 delade programepisoder. Aldrig har det sänts så mycket nordisk tv på de nordiska public service-kanalerna. Sverige-speglning och mångfald stärktes bland annat genom ökade sändningar av minoritetsspråksprogram och ökade satsningar

på att skildra den variation som finns i befolkningen.

SVT:s satsningar på tillgänglighet på alla plattformar bedöms ha stor påverkan på det upplevda individuella värdet och värderingen av om radio- och tv-avgiften ger valuta för pengarna. Under året har satsningar gjorts för att särskilt tillmötesgå behoven i olika grupper som i mindre grad använder SVT, bland annat genom tjänsten SVT Flow som bedrivs som försöksverksamhet under året och det interaktiva tv-programmet *MVH* som riktar sig till ungdomar. Kanalernas tillgänglighet har ökat, bland annat genom en ökad andel textning. Fler program har tillgängliggjorts via webben och i slutet av året uppgick mängden publicerat material i SVT Play och Öppet arkiv till över tio tusen timmar.

SVT åtnjuter ett högt förtroende. Exempel på insatser under året för att säkra det professionella värdet har varit den omfattande utbildningsinsats som genomfördes inför valet, där fler än 400 nyhetsmedarbetare utbildades i bland annat SVT:s riktlinjer för opartiskhet och saklighet. Samtidigt startade ett omfattande projekt för att säkra den framtida programutvecklingen med fokus på kreativitet och innovation. Arbetet ska leda till en ökad effektivitet och fokus i programutvecklingen på alla SVT:s produktionsorter.

Hanna Stjärne

Verkställande direktör, Sveriges Television AB

Det här vill SVT

SVT är public service. Det innebär att SVT skiljer sig från andra medieaktörer på flera olika sätt. SVT har ett uppdrag givet av riksdagen. Det vilar på tre grundpelare: oberoende, värde och genomslag. Oberoende säkras genom de olika barriärer som finns för politiskt och kommersiellt inflytande. Det kommer alltid vara viktigt att värna oberoendet och att säkra det genom ett sakligt och opartiskt utbud. För värde och genomslag har SVT sex övergripande mål som fastslagits av SVT:s styrelse.

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

2.1 Värde

SVT:s ambition är att öka värdet av public service per använd minut. Med värde avses tre aspekter. Samhällsvärde, individuellt värde och professionell kvalitet. Alla nyckeltal utgår från publikens uppfattning om SVT eftersom det ytterst är publiken som ska bedöma verksamheten.

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 inre nyckeltal kring bland annat produktivitet, se kapitel 9.

Samhällsvärde

Public service kan bara motivera sin existens om våra program 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 bilaga 2. 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 personligt utbyte av det vi gör. Utbudet som helhet måste därför upplevas som *angeläget för mig*, som underhållande och intressant. Utbudet måste också av varje individ upplevas som tillgängligt och radio- och tv-avgiften ska av den enskilda individen upplevas som

rimligt prisvärd i förhållande till det man får. 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 och 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 nyckeltal för detta område är att minst 4 av 5 tillfrågade ska ha ett högt förtroende för företaget.

2.2 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 göra utbudet bekant för publiken. Detta är inte minst viktigt för att publikens 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 an-

vända utbudet en genomsnittlig vecka. Valet av plattform spelar dock 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 alla fall om tv-branschen står inför ett paradigmskifte av samma slag som andra branscher redan utsatts för. 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 plattformsoberoende.

Detta har SVT bidragit med

SVT antog de nya strategiska målen 2014 och under året har arbete bedrivits med att utveckla mätningar och indikatorer som gör det möjligt att tydligt följa upp dem. Avsikten är att successivt bygga upp mer konsistenta mätningar av de olika målsättningarna, där det också kommer att bli möjligt att följa utvecklingen under tid. Det är uppfyllelsen av dessa mål som beskriver SVT:s effektivitet.

3.1 Värde

Samhällsvärde

SVT:s ambition är att öka samhällsnyttan av programmen och att minst 3 av 4 medborgare ska anse att utbudet har ett stort värde för samhället. Attitydundersökningen som SVT beställt och som genomförts av TNS/Sifo 2014 visar att 83 procent av 16–79-åringarna anser att SVT har ett ganska stort eller mycket stort värde för samhället.

Till skillnad från upplevelsen av individuellt värde (se nedan), skiljer sig andelen som anser att SVT har ett högt samhällsvärde mycket lite mellan olika grupper. Av de 42 subgrupper som mäts i undersökningen är det bara ett fåtal som avviker. Äldre har en än mer positiv bild av SVT än genomsnittet.

I några grupper är värderingen lägre: framför allt bland unga lågutbildade män, medelålders lågutbildade kvinnor, samt personer med annat modersmål än svenska.

Mätningarna för samhällsvärde är nya och det är möjligt att det faktum att de genomförts efter SVT:s omfattande valutbud höjer resultaten jämfört med andra år. Det krävs därför längre tids-serier för att mer exakt bedöma vad som är lämpliga resultatnivåer.

Bland de satsningar som gjordes under året med särskilt stark koppling till samhällsvärdet bör naturligtvis valbevakningen lyftas fram. Återigen utgjorde SVT:s program den viktigaste informationskällan inför valet för publiken som helhet. Under hösten inleddes arbetet med rekryteringen av ett

40-tal journalister inför den planerade regionalomläggningen våren 2015. Satsningar på att bredda dramautbudet genomfördes med program som *Blå ögon*, *Tjockare än vatten*, *Bron II* och *Viva Hate*. *Veckans föreställning* hade nästan 6 miljoner tittningar, mer än tio gånger antalet samlade besök på Sveriges nationalinstitutioner. Missbruksproblem skildrades i *Djävulsdansen*, kulturdebatten i programmet *Skandal* och i *Historieätarnas* andra säsong beskrevs och prövades mat-, umgäenges och klädkultur från 1500-talet och framåt. För barnen skedde flera förbättringar under andra halvan av året, bland annat genom förbättrade interaktiva tjänster, tablåförändringar, nya program och inte minst omgörningen av *Bolibompa*. Det nordiska utbytet slog rekord. Aldrig



Veckans föreställning Pina av Wim Wenders med Pina Bausch.

har det sänts så mycket nordisk tv på de nordiska public service-kanalerna. Sverigespegling och mångfald stärktes bland annat genom utökade sändningar av minoritetsspråksprogram och ökade satsningar på att skildra den variation som finns i befolkningen (se kapitel 7).

Individuellt värde

SVT:s mål för individuellt värde, att 2 av 3 personer ska uppleva att SVT:s utbud har ett stort värde för sig personligen, uppnås i år. Resultatet skiljer sig i olika grupper: Även om mer än hälften i alla grupper upplever ett stort personligt värde av SVT, upplever äldre och högutbildade mer in-

dividuell nytta av SVT än yngre och lågutbildade. Värde ökar påtagligt i småbarnsfamiljer i förhållande till unga vuxna utan barn. Personer med svensk bakgrund upplever ett påtagligt högre individuellt värde av SVT än personer med utländsk bakgrund, såväl nordisk som europeisk eller utomeuropeisk. Det är inga skillnader mellan individer beroende på kön och skillnaderna beroende på var man bor i landet är begränsade. Som störst upplevs den individuella nyttan i städer utanför Stockholm medan den är något, men inte mycket, lägre i landsbygd.

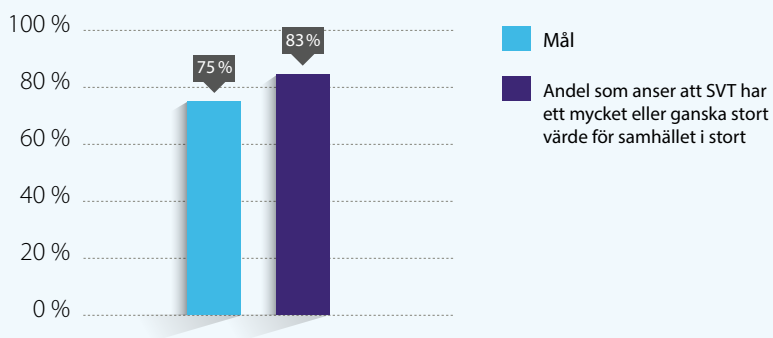
Liksom mätningarna för samhällsvärde är mätningarna för individuellt

värde nya. Det krävs därför längre tids-serier för att mer exakt bedöma vad som är lämpliga resultatnivåer.

Det finns starka samband mellan upplevelsen av individuell nytta och att utbudet uppfattas som angeläget för mig, underhållande och intressant. Den fleråriga trenden för dessa nyckelord är positiv. Likaså är det idag en högre andel som anser att tv-avgiften är prisvärd. Även här skiljer sig dock bedömningarna mellan olika grupper. Medan de grupper som upplever en stor individuell nytta av public service också anser att tv-avgiften är prisvärd, anser grupper som har liten egen nytta av public service att den är mindre prisvärd.

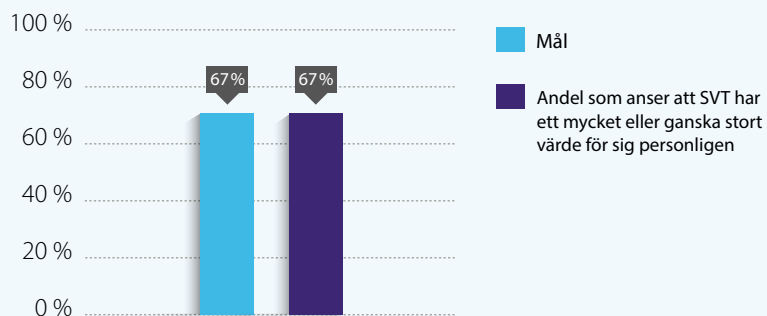
Även SVT:s satsningar på tillgänglighet på alla plattformar bedöms ha stor påverkan på det upplevda individuella värdet. Under året har satsningar gjorts för att särskilt tillmötesgå behoven i olika grupper, bland annat genom tjänsten SVT Flow som bedrivs som försöksverksamhet under året och det interaktiva tv-programmet *MVH* som riktar sig till ungdomar. Kanalernas tillgänglighet har ökat, bland annat genom en ökad andel textning. Fler program har tillgängliggjorts via webben och i slutet av året uppgick mängden publicerat material i SVT Play och Öppet arkiv till över 10 000 timmar.

Måluppfyllelse samhällsvärde



Källa: Attitydundersökningen TNS/Sifo 2014

Måluppfyllelse individuellt värde

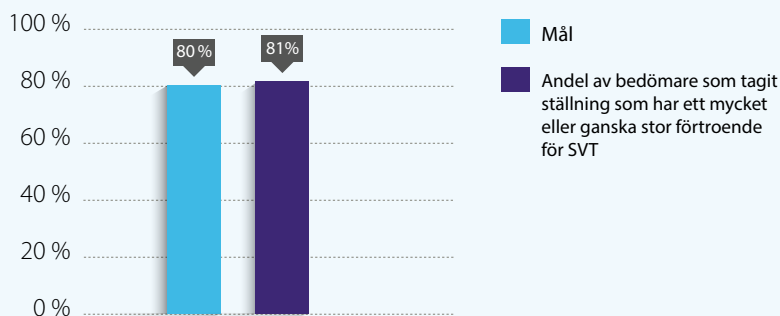


Källa: Attitydundersökningen TNS/Sifo 2014

Professionell kvalitet

Målet för området professionell kvalitet utgår från förtroendet. Förtroendet för SVT är högt och SVT är även år 2014 det mest trovärdiga mediekällan enligt publiken i den stora SOM-undersökningen. Målet uppnås och förtroendet är högt i så gott som alla publikgrupper. Sveriges Radio befinner sig i nivå med SVT och har generellt något högre resultat i äldre målgrupper medan SVT får högre resultat bland de yngre. Mätningarna visar tydligt att public service-bolagen sticker ut i förhållande till kommersiella medier. Detta gäller även public service-bola-

Måluppfyllelse förtroende



Källa: SOM. Andelen av bedömare är andelen av de som tar ställning som svarat att de har ganska stort eller mycket stort förtroende för SVT.

igångsattes ett omfattande projekt för att säkra den framtida programutvecklingen med fokus på kreativitet och innovation.

3.2 Genomslag

Kännedom

Kännedomen om SVT:s nya kanaler och tjänster är generellt god och målen uppfylls på totalen, även för den nya tjänst som lanserats på försök under året, SVT Flow. Utmaningarna är dock större på programtitelnivå och inte oväntat bland de grupper som inte är storanvändare av SVT:s program. SVT har under året särskilt utvecklat arbetet med kommunikation riktad mot dessa grupper, bland annat genom antagandet av en ny organisation för arbetet med sociala medier. Kännedomen om de interaktiva tjänsterna är också signifikant lägre bland äldre över 75 år. Dessa grupper kan dock nås med information via de ordinarie tv-sändningarna.

Kännedomsmätningar för etablerade tjänster är under utarbetning. Av pe-

gens webbsajter, som av publiken anses ha högre trovärdighet än de uppmätta kommersiella medierna.

Även andra indikatorer visar på ett högt professionellt värde. Inom nyheter och samhälle, barn och drama har SVT både nominerats till och vunnit flera internationella priser under året och det finns en starkt internationell efterfrågan på samproduktion med SVT. Genom-

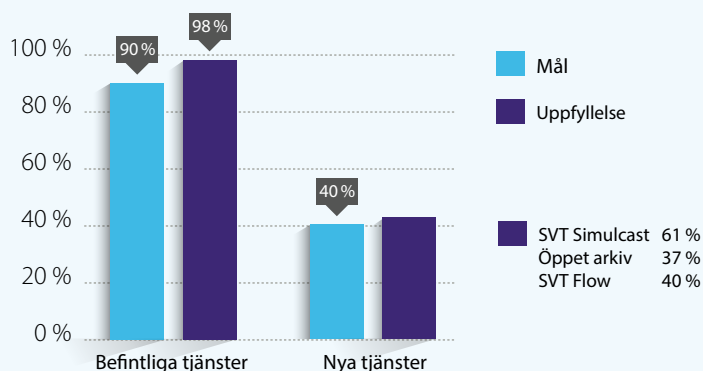
snittsbetygen för SVT:s kanaler och tjänster är fortfarande höga och de bedöms av publiken som de bästa (se kap 8).

Exempel på insatser under året för att säkra det professionella värdet har varit den omfattande utbildningsinsatsen som genomfördes inför valet, där fler än 400 nyhetsmedarbetare utbildades i bland annat SVT:s riktlinjer för opartiskhet och saklighet. Likaså



This Is How I Roll med Natalie "Nattis" Eriksson.

Måluppfyllelse kännedom



Källa: TNS Sifo – Plattformsundersökning för SVT. Andelen med kännedom om SVT:s nya tjänster varierar från 37 procent för tjänsten Öppet arkiv till 61 procent för SVT:s simulcasttjänst. Att kännedomen för den sistnämnda är så hög kan delvis bero på den omfattande uppmärksamhet tjänsten fick vid bedömningen att datorer och andra internetuppkopplade plattformar inte medförde avgiftsplikt.

netrationsdata, det vill säga hur många som svarat att de har kanalerna installerade hemma hos sig, kan man dock konstatera att SVT:s fem kanaler genomsnittligt når 9 av 10 hushåll. (SVT1 och SVT2 är installerade hos 98–100 procent av befolkningen.) Kännedomen måste därför minst uppgå till dessa värden.

Räckvidd

SVT:s räckvidd för 2014 var 89 procent vilket är inom felmarginalen och i nivå med målbambitionen. Räckvidden varierar kraftigt mellan olika plattformar och grupper. Fortfarande bidrar det traditionella tv-tittandet med den absolut största delen av tittandet, även om räckvidden växt kraftigt för de olika internetbaserade plattformarna. Idag använder drygt 8 av 10 SVT:s tv-kanaler en genomsnittlig vecka, att jämföra med knappt 4 av 10 som tar del av SVT:s webbutbud. Andelen som endast tar del av SVT på annat sätt än via tv är 7 procent. Denna andel varierar dock mellan olika grupper. SVT når exempelvis cirka 18 procentenheter fler unga vuxna utan barn med hjälp av de nya plattformarna.

Räckviddsdata är inte helt jämförbara med 2013 års data, men tyder på en mindre minskning av andelen tv-tittare (cirka

2 procent) som motsvaras av en lika stor ökning av andelen webb-tv-tittare.

I alla grupper överstiger andelen SVT-användare 75 procent. Ett fokuserat arbete behöver dock 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. För dessa grupper är möjligheten att ta del av utbudet via interaktiva plattformar en självklarhet.

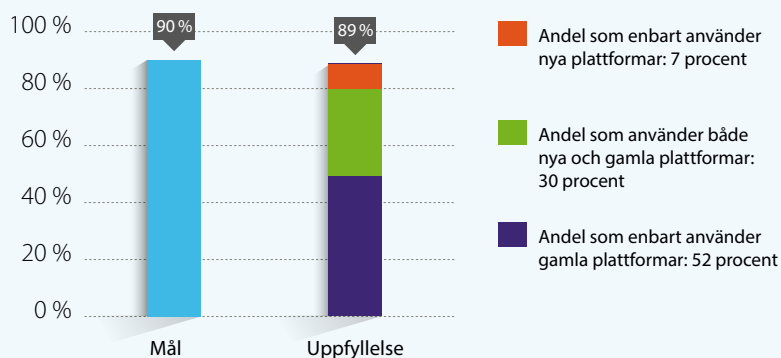
Användning

Mätningar av användning av rörlig bild på olika plattformar går att fånga genom MMS mätningar. Tittandet på SVT i broadcast minskade under 2014 med 6 procent, motsvarande cirka 3 minuter per person och dag. Minskningen uppstod i hög grad under våren då bland annat OS-sändningar i andra kanaler ledde till minskat tittande på SVT. Under hösten, som bland annat innehöll större delen av valbevakningen, var tittandet på SVT i nivå med tidigare år.

Användningen av SVT på nya plattformar ökade med 5 procent, men då ökningen är från jämförelsevis mycket låga nivåer kompenserar inte denna för minskningar i de traditionella kanalerna. Totalt sett utgör tittandet via internet cirka 3 procent av tittandet på SVT. Det bör dock tilläggas att användarmönstren skiljer sig mycket kraftigt mellan olika grupper, där yngre har en betydligt större andel av tittandet förlagt on demand.

Fortsatt lägger en genomsnittlig tittare 54,6 min per dag på SVT:s program och tjänster, väl i linje med målet.

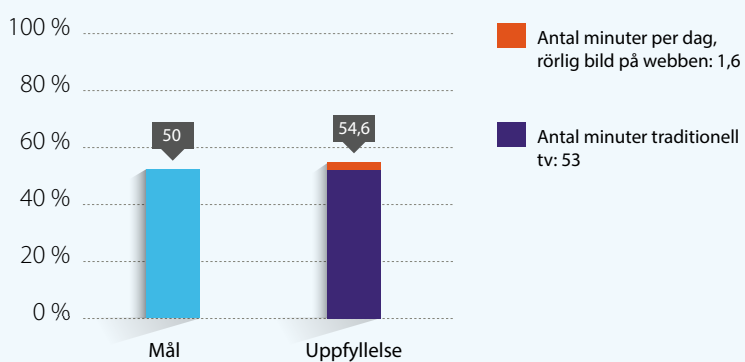
Måluppfyllelse räckvidd



Källa: TNS Sifo – Plattformsundersökning för SVT. 89 procent av Sveriges befolkning använder SVT en genomsnittlig vecka, inom felmarginalen från det uppsatta målet. 7 procent, motsvarande ca 700 000 användare, använder endast nya plattformar för att ta del av SVT.



Måluppfyllelse användning



Källa: MMS. Fortfarande står traditionellt tittande för den absolut största delen av tittandet på SVT, cirka 97 procent. Trenden med ökad användning över internet är tydlig.

Kvalitet och utveckling

Inom SVT:s organisation finns ett antal kärnprocesser. Det gäller bland annat hur uppdragsprocessen genomförs, hur företaget hindrar otillbörligt gynnande vid samproduktioner och inköp av visningsrätter, hur det journalistiska och redaktionella oberoendet säkerställs och kvalitetssäkring av programverksamheten.

4.1 Uppdragsprocess och externa produktionsbolag

AV 17 SVT ska i dialog med externa produktionsbolag säkerställa att företagets organisation för inköp och beställning av extern produktion präglas av tydlighet.

SVT använder en beställarmodell i utbudsarbetet som leds av tre programdirektörer. De fattar också alla programbeslut med vd som yttersta instans. Till sin hjälp har de 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.

Externa producenter kan under löpande uppdragsprocess vända sig till någon av SVT:s programchefer eller beställare för att presentera ett nytt programförslag. Om presentationen görs för en beställare som ställer sig positiv till förslaget, delegeras förslaget till någon av SVT:s programchefer som tar projektet vidare. Sedan 2012 har SVT en särskild sajt för affärsrelationer: svtb2b.se. Där samlas allt material som är till nytta för produktionsbolag och andra externa intressenter.

Under 2014 lanserades en funktion för att hantera programbeställningar elektroniskt. Ett sätt att säkert behandla programförslag med utomstående producenter för att skapa bästa förutsättningar för transparens och förståelse kring SVT:s arbetsflöden. Den externa

producenten kan kontinuerligt följa var i processen det egna programförslaget ligger. Denna nya tjänst har förbättrat samarbetet och ger produktionsbolagen en tydligare bild av hanteringen av programförslag.

4.2 Publicistisk kontroll av sändningarna

ST 13 § Sändningsrätten ska utövas opartiskt och sakligt samt med beaktande av att en vidsträckt yttrandefrihet och informationsfrihet ska råda i tv.

SVT ska före sändning av program så noggrant som omständigheterna medger kontrollera sakuppgifter i programmet. Ämnesval och framställning ska ta sikte på vad som är relevant och väsentligt.

ST14 § Den som har befogat anspråk



på att bemöta ett påstående ska ges tillfälle till genmäle.

ST 15 § Den enskildes privatliv ska respekteras i programverksamheten om inte ett oavvisligt allmänt intresse kräver annat.

ST 16 § SVT ska ta hänsyn till tv:s särskilda genomslagskraft när det gäller programmens ämnen och utformning samt tiden för sändning av programmen.

SVT bör ägna stor uppmärksamhet åt sättet att skildra våld i nyhetsprogram och andra program som informerar publiken om det faktiska våld som förekommer.

ST 17 § SVT får inte sända reklam.

ST 18 § ...SVT får sända sådana indirekt sponsrade program...

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 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 2014 gjordes en stor utbildningsinsats inför bevakningen av de två stora nationella valen, EU-valet och riksdagsvalet. Sammanlagt deltog cirka 400 medarbetare i de särskilda valutbildningarna.

Därutöver bedrevs en mycket omfattande utbildning under året med både grundutbildningar för olika redaktioner och yrkesgrupper och mer skraddarsydda kurser för speciella projekt, nya medarbetare med flera. Totalt har utbildningarna direkt berört mer än 1 000 medarbetare under 2014.

Kontroll av indirekt sponsring

Indirekt sponsring av program kan vara tillåten vid samproduktioner eller vid inköp eller förköp av visningssrätter. Uttrycket indirekt sponsring innebär att pengarna inte får tillfalla SVT direkt, utan är en del av samarbetspartnerns 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. Liksom tidigare år genomförs så kallade *Grönt kortutbildninga* för externa produktionsbolag som gör uppdrag åt SVT. Genom föreläsningar och diskussioner utifrån konkreta programexempel har programbolagen fått ökad kunskap om de regler och principer som är grundläggande för SVT:s programverksamhet. Under 2014 deltog 37 representanter från 14 olika produktionsbolag i utbildningen.

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 har genomförts 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 anmälningar till Granskningsnämnden har ökat under flera år. Detta har dock inte påverkat antalet fällningar som till och med minskade under 2014.

Nämnden samlar de enskilda anmälningarna ämnesvis. Statistiken visar att det var 694 samlingsärenden under 2014 mot 652 under 2013. SVT fick yttra sig i 53 ärenden under 2014 mot 76 året innan. Av dessa ärenden ledde 13 till fällande beslut mot 19 under föregående år.

Grunderna för de 13 fällningarna 2014 fördelades på följande sätt: saklighet 9, opartiskhet 4, privatliv 2, beriktigande 1, offentliggörande av fällning 1. Ett ärende kan fällas på flera grunder.

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.

4.3 Sändningskvalitet

ST 5 § SVT ska använda digital utsändningsteknik för marksändningar. SVT får även distribuera programmen på andra sätt så att de blir möjliga att ta emot i hela Sverige. Den tekniska kvaliteten på sändningarna ska vara hög.

ST 22 § SVT ska kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmän-



heten om en myndighet begär det. ST 23 § SVT ska upprätthålla en hög säkerhet för produktion och distribution. Sändningarna ska ske med så god säkerhet att eventuella sändningsavbrott blir så korta som möjligt.

SVT:s tv-kanaler sänds ut från ett gemensamt kontrollrum i Stockholm. Utsändningen är helt filbaserad och 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 registreras och kontrolleras före själva utsändningen. SVT arbetar sedan ett antal år tillbaka med en leveransmodell där de programproducerande avdelningarna

själva ansvarar för sin registrering, kontroll och leverans av programmen. De färdiga programmen kvitteras efter leverans av den kanalplanerande verksamheten som sedan förser programkontrollen med korrekta körscheman och alla nödvändiga programuppgifter.

De avvikelser och fel som uppstår under utsändningen loggas i en sändningsrapport. Merparten av felen som loggas i rapporten hinner åtgärdas i tid utan att det drabbar publiken.

2014 sände SVT:s programkontroll 103 001 program i kanalerna SVT1, SVT2, Barnkanalen, Kunskapskanalen och SVT24. Totalt loggades 116 av dessa program med någon form av fel under utsändningen. I huvudsak handlar felen om kortvariga bild- och ljudstörningar, fel i undertextningen, produktions- eller överföringsproblem vid direktsändningar med mera. Antalet rapporterade tillfäl-

liga avbrott under 2014 var 69 stycken.

Från programkontrollen styrs även utläggning av viktigt meddelande till allmänheten (VMA). Sådan information har enligt sändningsrapporterna lämnats vid 15 tillfällen under 2014.

4.4 Nya tjänster

AV 11 Nya permanenta programtjänster eller andra tjänster av större betydelse inom ramen för kärnverksamheten och den kompletterande verksamheten som SVT vill lansera ska anmälas till regeringen för godkännande.

SVT utvärderar löpande gentemot fastställda kriterier huruvida nya utvecklingsprojekt är av den karaktär som ska genomgå förhandsprövning. Under 2014 har SVT inte lanserat några nya permanenta programtjänster eller tjänster av större betydelse inom ramen för kärnverksamheten eller den kompletterande verksamheten.

Våren 2014 lanserade SVT tjänsten SVT Flow. Tjänsten har försökt att kombinera ett redaktörstyrt urval av program som placerats i en linjär följd och flöde med möjligheter för publiken att göra alternativa val inom ramen för det totala urvalet. Målsättningen med tjänsten har varit att utveckla formerna för programguidning och ge publiken bättre möjligheter att upptäcka program som de annars inte hade hittat till i den mångfald av program SVT erbjuder.

SVT har sedan 1 januari 2014 rätt att bedriva försöksverksamhet i tolv

månader innan ställning måste tas till om en tjänst ska provas eller inte. SVT Flow startades 23 april. Försöksverksamhet ger företaget en möjlighet att insamla kunskaper som är nödvändig för att bedöma om en ansökan ska inges. Viktiga frågor är exempelvis hur stor betydelse tjänsten långsiktigt kommer att ha för publiken och betydelsen för uppdraget i samhällets tjänst. SVT avser att använda dessa erfarenheter för att under våren 2015, fatta ett nytt beslut om huruvida en ansökan ska inges för tjänsten eller inte.

4.5 Svenska språket

ST 6 § SVT ska erbjuda ett mångsidigt programutbud som omfattar allt från det breda anslaget till mer särpräglade programtyper. I detta ligger att tillhandahålla ett varierat utbud på det svenska språket.

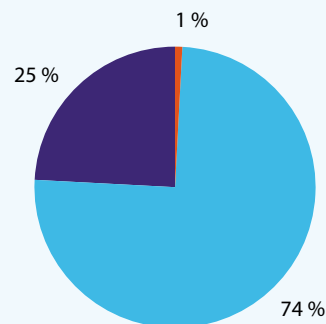
SVT har ett särskilt ansvar för det svenska språket och dess ställning i samhället. Språkvårdsfrågor ska beaktas i verksamheten.

SVT är det programbolag som sänder störst andel program på svenska språket i Sverige, 74 procent.

Sveriges Radio bistår de övriga public service-bolagen i språkvårdsfrågor. Där har man en särskild avdelning som har till uppgift att vara rådgivande och agendasättande 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.

Utbudet fördelat på språk

Totalt: 23 511 timmar



Här finns SVT

ST 1 § SVT ska samtidigt sända SVT1 och SVT2 samt två ytterligare programtjänster till hela landet. Att sända till hela landet innebär att minst 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen ska kunna ta emot sändningarna.

De två ytterligare programtjänster, som förutom SVT1 och SVT2 ska sändas, ska skilja sig såväl från varandra som från SVT1 och SVT2 med avseende på innehåll eller sändningstider. Sändningarna ska omfatta i genomsnitt minst 50 timmar per vecka under ett kalenderår i vardera programtjänsten.

ST 2 § SVT ska sända sökbar text-tv till hela landet.

AV 2 Medlen ska användas för företagets kärnverksamhet, dvs. att producera och sända tv-program till allmänheten. Medlen ska också i förekommande fall användas till kompletterande verksamhet, dvs. verksamhet som syftar till att utveckla och stödja kärnverksamheten och förbättra möjligheterna för allmänheten att tillgodogöra sig denna.

AV 8 SVT:s sändningar riktade till Sverige ska kunna tas emot av allmänheten utan villkor om särskild betalning utöver erlagd radio- och tv-avgift. Till den del sändningarna görs tillgängliga utanför Sverige ska verksamheten bära sina egna kostnader.

AV 18 SVT ska fördjupa sitt samarbete med UR när det gäller fördelning och placering av sändningstid för UR:s program så att de får ett brett genomslag. Om oenighet uppstår mellan företagen ska frågan avgöras av en skiljenämnd enligt lagen (1999:116) om skiljeförfarande.

5.1 Kanaler

Kärnverksamheten i SVT är att producera och sända tv-program till allmänheten. 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.

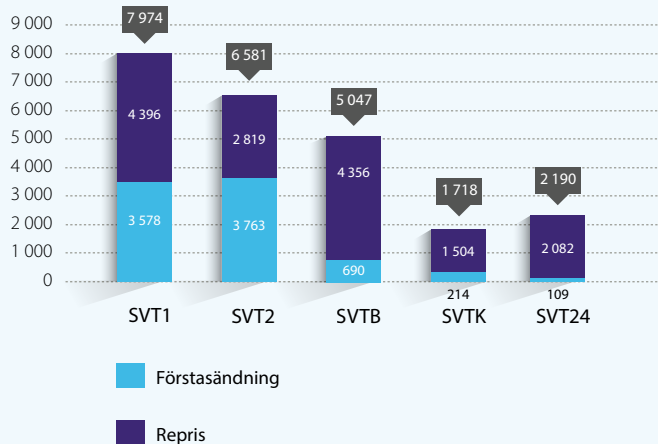
Nedan visas den totala sändningstiden fördelat på kanaler. Totalt sändes 23 511 timmar varav 8 353 timmar var förstasändning. Till detta kommer 198 timmar regionala sändningar i SVT1 och SVT2 ur ett tittarperspektiv men totalt sändes 2 568 timmar från 11 regioner samt ytterligare 8 editioneringar. Dessutom sändes 741 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 2014 skrevs ett nytt avtal mellan SVT och UR som bland annat reglerade överenskommelser om sändningstid och rutiner och kostnader kring sändningarna.



Viva Hate

Den totala sändningstiden per kanal i SVT 2014, timmar



SVT1 är hela Sveriges television – bredare, modernare, varmare. Kanalen med Sveriges största mångfald. 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 fördjupar och utvecklar. Stor bredd med fokus på fakta, kultur och samhälle. Ledord för kanalen är inkluderande, initierad, stil- och folkbildande, sammansatt, frågvis och nyfiken. Sänder dessutom *SVT Forum* på dagtid och regionala nyheter till hela landet under natten.

Barnkanalen innehåller barnprogram för barnens skull, svensk originalproduktion, en oberoende och reklamfri kanal för barn i olika åldrar. Barnkanalen ska vara som en kompis för barnen som finns till både när livet känns lätt och svårt. Barnkanalen sänder mellan klockan 05.30 och 20.00. I kanalen erbjuds barnen nya möjligheter att se programmen på olika tider. Där av 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 dubbnings och textning.

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

SVT24 sänder allmän-tv-program, främst svenska produktioner från SVT1 och SVT2, från 20.00 till 05.30. Kanalen erbjuder publiken möjlighet att se det svenska utbudet vid flera tillfällen, såväl prime time som på andra sändningstider.

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 rapportens 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 och även program från UR.

5.2 Tjänster på internet

Från och med i år redovisas hur många timmar som sänts över internet och hur många tillgängliga timmar som fanns per den 31 december 2014. I begreppet sända timmar ingår inte simulcast-sändningarna 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. Från och med 2015 kommer dessa timmar kunna fördelas i programkategorier.

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-utsända utbudet beträffande exempelvis opartiskhet och saklighet, variation och mångfald, hög kvalitet och nyskapande form.

Nyhetsleveransen på svt.se är ofta unik och på sajten publiceras både riks-sända och regionala nyheter. På nyhetswebben finns utrymme för fler nyheter, och även mer fördjupning, än vad som ryms i sändningarna i broadcast. Det finns också en nyhetsapp som är konstruerad som en så kallad wrapp, det vill säga innehållet är en direkt återspeglings av innehållet på nyhetswebben.

På svt.se finns även service på minoritetsspråken finska, meänkieli och samiska

Antal timmar på webben

Antal sända timmar	2 239
<i>Antal tillgängliga timmar den 31 december</i>	
Program	3 535
Klipp	3 435
Öppet arkiv	3 890
Summa	10 860

med program, nyheter och information.

Barnkanalen har en egen plats, avgränsat från övrigt utbud för att minska risken att barn ser nyhetsinslag eller program med otäcka bilder. Under året introducerades ett barnlås för att ytterligare stärka den funktionen. En ny version lanserades för att ytterligare förenkla navigationen, särskilt för de ännu inte läskunniga barnen.

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 ligger ute under 30 dagar från sändning.

Per den 31 december fanns nästan 7 000 timmar program eller klipp tillgängliga på SVT Play, SVT Flow och Barnkanalen.

Samtliga SVT:s kanaler livestreamas parallellt med de ordinarie sändningarna i SVT Play.

Utöver dessa parallellsändningar sändes 2 239 timmar webbunikt material. Bredden på utbudet är lika stort som i de ordinarie sändningarna. Exempel på sändningar är för- och eftersnack för program inom både underhållning och nyheter, livesändningar från nyhetshändelser och sportsändningar vid stora evenemang som inte får plats i broadcast.

SVT Flow

Tjänsten kombinerar ett redaktörstyrkt urval av program som placerats i en linjär följd och flöde med möjligheter för publiken att göra alternativa val inom ramen för det totala urvalet. Publiken kan antingen följa flödet eller välja de program som erbjuds on demand. Målsättningen med tjänsten har varit att utveckla formerna för programguidning och ge publiken bättre möjligheter att upptäcka program som de annars inte hade hittat. Tjänsten bedrivs som försöksverksamhet.

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 händelser och årstider.

När tjänsten nystartade våren 2013 fanns cirka 500 timmar tillgängliga och vid utgången av 2014 fanns hela 3 890 timmar tillgängliga i Öppet arkiv.

5.3 Mottagningsplattformar

Utgångspunkten för SVT:s distribution är att det samlade utbudet ska vara så tillgänglig 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 samt det öppna internet. Vid utgången av 2014 fick uppskattningsvis en fjärdedel av befolkningen sin tv-signal enbart via marknätet. Kabel-tv användes av drygt hälften befolkningen. Femton procent av befolkningen tog emot sin tv-signal via satellit och en tiondel av befolkningen fick sin tv via bredbandsnät, så kallad IPTV.

Grunden för SVT:s on demand 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 on demand-tjänster deltar SVT i tjänster utanför det öppna internet via distributörers och operatörers egna plattformar.

Bredden i utbudet

ST 6 § SVT ska erbjuda ett mångsidigt programutbud som omfattar allt från det breda anslaget till mer särpräglade programtyper. I detta ligger att tillhandahålla ett varierat utbud på det svenska språket.

Programmen ska utformas så att de genom tillgänglighet och mångsidighet tillgodoser skiftande förutsättningar och intressen hos befolkningen i hela landet. Programutbudet ska spegla förhållanden i hela landet och den variation som finns i befolkningen samt som helhet präglas av folkbildningsambitioner. SVT ska beakta programverksamhetens betydelse för den fria åsiktsbildningen och utrymme ska ges åt en mångfald av åsikter och meningsyttringar.

AV 2 Medlen ska användas för företagets kärnverksamhet, dvs. att producera och sända tv-program till allmänheten. Medlen ska också i förekommande fall användas till kompletterande verksamhet, dvs. verksamhet som syftar till att utveckla och stödja kärnverksamheten och förbättra möjligheterna för allmänheten att tillgodogöra sig denna.

Det framgår tydligt att SVT ska ha ett

brett utbud som vänder sig till hela befolkningen. Det ska finnas program inom alla genrer. 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 ger en känsla av att det vänder sig direkt till 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, mobiltelefoner, spelkonsoller med mera.

6.1 Programkategorier

SVT sänder över 23 000 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 nedanstående diagram

ser man det totala utbudet fördelat mellan tio programkategorier. Fördelningen kan och ska variera mellan åren. Det kan bero på stora sportevenemang eller extra samhällssatsningar under valåren. Den främsta förklaringen till det stora fiktionsutbudet är programmen under dagtid i Barnkanalen som till stor del består av fiktion. Om man exkluderar barnprogrammen (beskrivs särskilt i kapitel 7) så får man en mer rättvisande bild för vuxenutbudet.

Motsvarande bild om man exkluderar utbudet för barn och unga ger en tydlig bild över SVT:s breda utbud.

Myndigheten för radio och tv redovisar varje år mätningar som genomförs av medieforskaren Kent Asp från Göteborgs Universitet. Dessa 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. Han visar också att bredden har varit relativt konstant under de senaste tio åren.

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

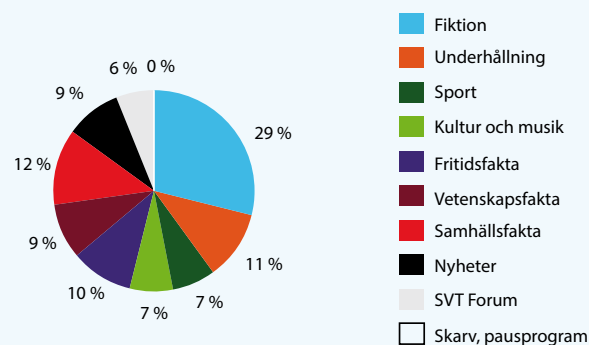


Tjänster på internet

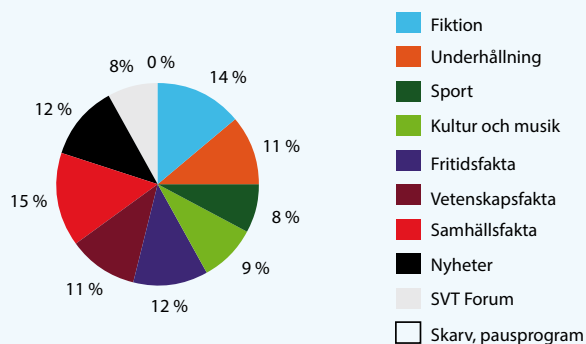
Under 2015 kommer SVT kunna utveckla mätningen till att inkludera både artiklar, spel, bloggar och att på ett likartat sätt som för broadcast kunna dela upp det rörliga utbudet i programkategorier.

SVT:s målsättning är att det internet-baserade utbudet ska likna utbudet i broadcast. De program som sänds och tillgängliggörs på SVT Play, SVT Flow, Öppet arkiv och Barnkanalen inkluderar samtliga programkategorier. Under 2014 gjordes särskilda dramasatsningar som vände sig till en yngre publik. Flera valprogram sändes unikt över webben liksom en rejäl satsning av SVT Pejlsom både erbjöd en valkompass som tydliggörande statistik inom viktiga valfrågor. Sporten utnyttjade sina rättigheter och hade ett stort utbud från olika sportevenemang. Nyheterna sände från presskonferenser och hade ett flertal långa direktsändningar från stora nyhets-händelser. Under året gjordes en mycket stor bevakning av *Dreamhack* och *Musik-hjälpen* och Sveriges Radios *Morgonpas-set* som 2013 sändes i broadcast sänds numera endast över webben. Öppet arkiv erbjuder publiken att ta del av äldre program inom alla programkategorier.

Utbud per programkategori, totalt 23 511 timmar



Utbud per programkategori exklusive barn, 18 267 timmar



Särskilda uppdrag och målgrupper

7.1 Mångfald och spegling

ST 6 § Programverksamheten ska som helhet bedrivas utifrån ett jämställdhets- och mångfaldsperspektiv samt utmärkas av hög kvalitet och nyskapande form och innehåll.

Programmen ska utformas så att de genom tillgänglighet och mångsidighet tillgodoser skiftande förutsättningar och intressen hos befolkningen i hela landet. Programutbudet ska spegla förhållanden i hela landet och den variation som finns i befolkningen samt som helhet präglas av folkbildningsambitioner. SVT ska beakta programverksamhetens betydelse för den fria åsiktsbildningen och utrymme ska ges åt en mångfald av åsikter och meningsyttringar.

Mångfaldsarbetet är ett av SVT:s viktigaste arbetsområden. Arbetet är mångfasetterat och bedrivs såväl i programarbetet som genom exempelvis rekrytering och utbildning. För att vara en relevant medieaktör för en majoritet av befolkningen så är det väsentligt att olika

människor medverkar i programmen och i arbetet med att producera dem.

SVT:s mångfaldsarbete utgår från två olika styrande dokument: Mångfaldspolicyn för mångfald, likabehandling och jämställdhet och Mångfaldsplan för programarbetet.

SVT:s mångfaldspolicy gäller hela verksamheten och inleds enligt nedan:

Sveriges Television är till för alla. SVT:s mångfaldspolicy värnar principen om alla människors lika värde. SVT välkomnar och respekterar olikheter med hänsyn till ålder, kön, könsidentitet eller annat uttryck, etnicitet, religion eller andra övertygelser, sexuell orientering och funktionsnedsättning. SVT värnar om mångfald i programutbudet grundat på publikens behov, intressen, perspektiv och åsikter. Målet är att publiken ska ha en stark identifikation med SVT.

Utifrån mångfaldspolicyn har olika delar av företaget arbetat med mångfaldsplaner och formulerat handlingsplaner. Det övergripande målet för allmän-tv-pro-

duktionen och dess handlingsplaner har varit att hela vår programproduktion ska genomsyras av tanken att vi inkluderar så många olika människor som möjligt. Vi ska arbeta för att öka mångfalden i våra program och undvika stereotyper, till exempel att personer med funktionsnedsättning inte automatiskt behandlas som offer, att inte alltid problematisera exempelvis etnicitet. Mångfaldsarbetet inkluderar även regional spegling och sociala aspekter.

Mångfaldsplanen bifogas uppdragskontrakten som delas ut av SVT:s programledning. Ambitionen är att systematiskt få in alla mångfalds- och speglingsaspekter i hela allmän-tv-utbudet. I samband med programprojektets uppstartsmöte ansvarar projektledaren för att redaktionen går igenom mångfaldsplanen och dess åtta mångfaldsaspekter

Projektledaren återrappporterar därefter till ansvarig programchef som i sin tur rapporterar till relevant ortschef i Umeå, Stockholm, Göteborg eller Malmö. Ledningen i allmän-tv-divisionen gör en uppföljning vid årets slut. Ansvarig



Pia Sundhage – i damfotbollens tjänst.

programchef följer i sin tur upp resultatet med projektledaren. Resultatet av programprojektens aktiviteter går att bryta ned både per programgenre och ort. Resultatet för mångfaldsarbetet inom divisionen visar att 337 programuppdrag av 388 för 2014 har stämts av mot mångfaldsplanen.

SVT vill betona vikten av att låta det närmare mångfaldsarbetet utformas och målsättas på redaktionell nivå. Som exempel kan SVT Sports arbete med att jämställa dam- och herridrott i rapporteringen nämnas. Satsningen har genomsyrat journalistiken, interna möten och bemanningen. Detta har resulterat i att rapporteringen om andelen kvinnor som idrottar har ökat kraftigt på alla nyhetsplattformar under 2014.

Exempel på mål som formulerats är att minst två matcher eller reportage till *Sportnytt* och minst en match eller reportage till *Sportspegeln* varje vecka ska vara damidrott. Minst 40 procent av reportagen i *Sportnytt* och *Sportspegeln* per kvartal ska vara damidrott. Redaktionen klarar målen. 42 procent av reportagen i *Sportnytt* under 2014 samt 45 procent av reportagen i *Sportspegeln* under 2014 är damidrott.

Under året har också Allmän-tv divisionen initierat och drivit ett *Talang och mångfaldsprojekt*. Projektet har arbetat med insatser för att öka mångfalden i första hand gällande personal. Rekryteringsprojektet har resulterat i att man rekryterat ett trettiotal talanger.

Syftet har varit att genom en riktad satsning öka SVT:s rekryteringsbas vid rekryteringar utifrån ett breddat mångfaldsperspektiv. Parallellt med gängse rekryteringsvägar användes olika metoder för att komma i kontakt med underrepresenterade grupper och deras nätverk. 44 nya mångfaldsnätverk har lett till nya kontakter. SVT har också deltagit i ett tiotal evenemang såsom marknadsdagar, jobbtorgsmöten och speeddejtingsammankomster. Därutöver

har ett flertal utbildningar med fokus på mångfald hållits för chefer, projektledare och medarbetare.

Projektet har också arbetat med ett stort antal externa parter såsom exempelvis: Korta Vägen/Umeå Universitet och Stockholms universitet, Arbetsförmedlingen Kultur, SFI (Svenska för invandrare), Kulturverket Umeå, Rättviseförmedlingen, Studieförbundet Bilda, Furuboda Folkhögskolan, Globala Folkhögskolan och handikappförbunden.

Mångfaldsarbetet inom Nyhetsdivisionen bedrivs i både den regionala och i riksorganisationen. Hösten 2014 fattade riksnyheterarna beslut om att arbeta aktivt 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. SVT Nyheter sätter nu mål för rekryteringen inom alla delar av organisationen.

Förändringarna i den regionala verksamheten innebär etablering på sex nya orter under 2015 samt nyrekrytering av ett sextiotal nya medarbetare. Fokus under hösten 2014 låg på att säkerställa mångfald i nyrekryteringen. HR-avdelningen arbetade därför intensivt med att hitta nya vägar för att nå ut, bland annat genom annonsering via rättviseförmedlingen, nära samarbete med arbetsförmedlingen och andra mångfaldsnätverk, nya formuleringar i annonser samt en genomgång av vilka kompetenskrav som är relevanta för de respektive tjänsterna.

Som ett komplement till redaktionernas egna mätningar har SVT för första gången gjort en mångfaldsmätning av den egna personalsammansättningen avseende utländsk bakgrund. Mätningen har gjorts i samarbete med SCB och Nyckeltalsinstitutet och har gett en övergripande bild av hur mångfalden ser ut.

SVT har färre andel medarbetare med mångfaldsbakgrund än befolkningen

i stort, dock i nivå med andra företag som genomfört undersökningen. Nästan en fjärdedel (23,6 procent) av Sveriges befolkning är själva födda eller har båda föräldrarna födda utomlands. Motsvarande siffra hos SVT är 10 procent. Andelen med minst en förälder född utomlands är för SVT 20 procent, vilket kan jämföras med andelen för Sveriges befolkning som är 30 procent. Mätningen kommer att följas upp årligen och SVT:s mål är att SVT:s personalsammansättning i framtiden i stora drag ska spegla befolkningen i hela landet avseende utländsk bakgrund.

SVT har också, inom ramen för den attitydundersökning som gjordes i december 2014, frågat publiken om hur bra man tycker att SVT speglar mångfalden av människor i det svenska samhället. 66 procent ansåg att SVT är bra på att spegla mångfalden. Gällande SVT:s förmåga att ha en jämställd fördelning mellan kvinnor och män så ansåg 62 procent att SVT klarade detta bra. SVT avser att följa upp denna mätning årligen med målet att andelstalen succesivt ska öka.

7.2 Nyheter och samhällsbevakning

ST 8 § Nyhetsverksamheten i SVT ska bedrivas så att en mångfald i nyhetsurval, analyser och kommentarer kommer till uttryck i olika program.

SVT ska meddela nyheter, stimulera till debatt, kommentera och belysa händelser och skeenden och därvid ge den allsidiga information som medborgarna behöver för att vara orienterade och ta ställning i samhälls- och kulturfrågor.

SVT ska granska myndigheter, organisationer och företag som har inflytande på beslut som rör medborgarna samt spegla verksamheten inom sådana organ och inom andra maktsfärer.

Nyhetsförmedling och samhällsbevakning ska ha olika perspektiv, så att



Uppdrag granskning om upploppet i Kärrtorp.

händelser speglas utifrån olika geografiska, sociala och andra utgångspunkter. SVT ska sända regionala nyhetsprogram.

AV 15 SVT:s nyhetsverksamhet ska bedrivas så att de olika självständiga nyhetsredaktionerna inom företaget oberoende av varandra kan fatta beslut med skilda perspektiv.

Nyheter

Enligt SVT:s sändningstillstånd ska SVT sända riks- och regionalnyheter och bedriva verksamheten för att skapa en mångfald av urval, analyser, kommentarer och granskningar. Nyhets- och samhällsprogrammen utgör en central del av Sveriges Televisions verksamhet. Verksamheten strävar efter att vara en av Sveriges trovärdigaste nyhetsleverantörer.

SVT arbetar med en tablåstrategi som strävar efter mångfald och tillgänglighet. Denna skapar utrymme för regionala och nationella nyhetssändningar på

bästa sändningstid samt kontinuerliga nyhetsuppdateringar över dygnet. SVT sänder också nyhetsprogram riktade till särskilda målgrupper som *Oödasat*, *Uutiset*, *Nyhetstecken* och *Lilla Aktuellt*. I *Rapport* sammanfattas de viktigaste nyheterna och i *Aktuellt* fördjupas dagens viktigaste inrikes- och utrikesnyheter. År 2014 sändes 688 timmar nyheter i SVT1 och mer än dubbelt så många, 1 431 timmar, sändes i SVT2. Nyhetssändningarnas sändningsutrymme varierar från 90 sekunder till 60 minuter för att skapa maximal tillgänglighet, svara mot olika behov och möjliggöra en konstant uppdatering.

SVT:s regionala nyhetsverksamhet har sedan slutet av 1960-talet varit väsentlig för företagets förankring i hela landet. Under 2014 sändes 2 568 timmar regionala nyheter i upp till 19 regionala kanalfönster. Det regionala nyhetsutbudet har ett egenvärde i den regionala och lokala granskningen och

informationen till medborgarna. Den omfattande produktionen syftar också till att säkerställa att riksnyheterna i sitt nyhetsurval speglar alla delar av Sverige. SVT:s nyhetsorganisation samverkar för att använda resurserna effektivt och skapa bra journalistik. SVT genomför till exempel systematiska jämförelser och granskningar av olika regionala förhållanden där riksredaktionerna samverkar med de regionala nyhetsredaktionerna. Samtidigt som samverkan ökat under senare år har nyhetsredaktionerna egna ansvariga utgivare som verkar publicistiskt självständigt.

Under 2013 och 2014 har SVT genomfört ett omfattande förändringsarbete för att utveckla den regionala nyhetsbevakningen. SVT satsar mer på den regionala nyhetsverksamheten och kommer under 2015 att utöka antalet sändningar och orter med fast personal. SVT:s utbyggnad av nyhetsverksamheten har som målsättning att skapa en bättre be-

vakning av delar av landet som hamnat eller riskerar att hamna i medieskugga.

Samtidigt som medieutbudet ökat kraftigt under 2000-talet har den andel av befolkningen som aktivt väljer bort nyheter ökat. Nyhetskonsumtionen har blivit avsevärt mer polariserad mellan individer som aktivt söker upp nyheter och individer som aktivt söker sig ifrån nyheter. Den aktuella forskningen förebådar att bägge grupperingarna kommer att växa vilket i sin tur leder till att kunskapsnivån om samhället och viljan att delta i val kommer att skilja sig åt avsevärt. Kunskapsklyftan i det svenska samhället riskerar att vidgas. Sveriges Television ser det som väsentligt att motverka dessa klyftor särskilt som nyheter i tv inte väljs bort i lika hög grad som i tidningar och radio. Endast 13 procent av svenskarna uppger att de inte tar del av nyheter i tv, motsvarande siffra för Sveriges Radios Eko-sändningar är 57 procent och andelen icke-läsare av morgontidning är 27 procent. SVT:s nyhetssändningar överbryggar i viss mån informationsklyftor genom att i högre grad än övriga medieformer nå svenskar med lägre utbildning och de politiskt ointresserade. En förklaring är SVT:s fullsorterade kanaler och det faktum att SVT vid en internationell jämförelse alltså förmår att attrahera stora publikgrupper. Så länge som de populäraste tv-programmen finns i SVT kommer även de mest nyhetsfrånvända att hitta en nyhetssändning och därmed känna en större delaktighet i samhället. Detta understryker vikten av en medveten tabbläggning där nyheter presenteras i olika format, kontext och med olika tilltal utan att göra avkall på relevans och kvalitet.

De tv-sända nyhetsprogrammen kompletteras med ett nyhetsutbud online. Under 2014 fördubblades trafiken på svt.se/nyheter. Online-tjänsten omfattar in- och utrikesnyheter, regionala nyheter, kultur- och sportnyheter.

SVT har som mål att ha en hög andel egna nyheter. Merparten av de publicerade nyheterna på svt.se/nyheter är händelsenyheter, egna nyheter och nyheter med sitt ursprung i TT eller någon annan nyhetsbyrå som SVT har avtal med. Endast fem procent av inslagen har sitt ursprung i andra, kommersiella, medier. Därmed bidrar SVT till en samhällelig mångfald av nyheter tillgängliga via internet.

Särskild vikt lägger SVT vid utrikesjournalistiken som strävar efter att förklara sammanhang och sätta in internationella händelser i en kontext. SVT:s utsända medarbetare besökte 71 länder under 2014 och inslagen sändes i de ordinarie nyheterna samt i utrikesprogrammet *Korrespondenterna*.

Samhällsprogram

SVT:s nyhets- och samhällsbevakning har i uppdrag att ha olika perspektiv, så att händelser speglas utifrån olika geografiska, sociala och andra utgångspunkter. Inför 2014 identifierades ett behov att göra samhällsutbudet mer varierat för att programmen skulle nå en publik med större demografisk spridning. Arbetet inleddes med att i nya program söka ett brett tilltal med engagerande och nära berättelser. Samtidigt spetsades utbudet med erbjudanden för den redan mycket samhällsintresserade publiken. Ett exempel på det förstnämnda var *Djävulsdan* om medberoende som gav en stark genklang i samhällsdebatten. För de mer initierade gjordes bland annat *Runda bordet*, ett samtalsprogram om stora och komplexa samhällsrelaterade frågor.

I uppdraget ligger också att SVT ska granska myndigheter, organisationer och företag som har inflytande på beslut som rör medborgarna. Detta sker naturligt inom ramen för den ordinarie nyhetsverksamheten. SVT har tolkat det granskande uppdrag som så väsentligt att samhällsutbudet i stor utsträckning präglas av granskande perspektiv. Sveri-

ges Television samhällsutbud utmärker sig bland annat genom flaggskeppet *Uppdrag Granskning* och en mångfald av angelägna dokumentärer. I den svenska samhällsdebatten fick under 2014 Uppdrag Granskning granskningar om det extrema våldet på de politiska ytterkanterna, Hälans förskola och granskningen av uppgjorda matcher i svensk fotboll stort genomslag, liksom avslöjandet om FOI:s hemliga samarbete med Kina om militär teknik. SVT:s granskningar och dokumentärer belönades under året med flera nationella och internationella priser.

Valåret 2014

Under ett valår hanterar SVT samtliga valprogram i ett sammanhållet valprojekt. Detta görs för att säkerställa en mångfald av röster, åsikter, ämnen samt för att få största möjliga bredd i utbudet. SVT:s valutbud har aldrig varit mer omfattande än år 2014. Delvis förklaras detta av att det var val till såväl Europaparlamentet som till riksdag, kommun och landsting, delvis av ökade ambitioner att bredda tilltalet i valprogrammen utan att göra avkall på ett nödvändigt basutbud. Utgångspunkten var att opartiskt och sakligt granska de politiska alternativen och ge utrymme för en mångfald av åsikter för att ge medborgarna bästa möjliga förutsättningar att göra sitt val.

Valprojektet gjorde också en redaktionell bedömning att låta valbevakningen utgå från väljarnas åsikter i större utsträckning än tidigare. Så långt det var möjligt skulle SVT fungera som en plattform för dialog där publiken formulerade centrala politiska frågeställningar som sedan partier och politiker fick förhålla sig till. Under nio månader fram till valdagen fungerade hashtaggen *#dinröst* som redskap för att lyfta fram det svenska folkets viktigaste valfrågor. Via sociala medieplattformar möjliggjordes publikdialog och SVT kunde tillsammans med publiken utveckla journalistik på

alla tillgängliga plattformar. Efter valet i september kände hälften av svenskarna till #dinröst.

Med SVT:s övergripande målsättning, om alla, för alla, för ögonen präglades valutbudet av program i olika genrer, former och tilltal. Europafrågorna bevakades inför parlamentsvalet bland annat i *Kodjos kval* genom Kodjo Akolors resor i Europa, där Europas olika utmaningar granskades ur ett personligt perspektiv. Inför riksdagsvalet gjorde också komikern Anders Jansson i *Anders tar parti* en turné i de åtta riksdagspartiernas starkaste fästen för att med lätt hand betrakta ideologier och politiska motsättningar. *Nyfiiken på partiledaren* var en annan programtitel som väckte stor uppmärksamhet då partiledarna intervjuades av en psykolog som i stor utsträckning fokuserade på ideologi och ideologiska drivkrafter.

EU-valet

SVT ökade programutbudet inför EU-valet 2014 jämfört med valåret 2009 vilket resulterade i ökad tittartid. EU-valvakan gav ett större tittande bland yngre i förhållande till tidigare EU-val. Enligt en Novus-undersökning efter EU-valet upplevdes SVT vara den största och mest använda källan för information om EU-valet. Varje svensk (3–99 år) tittade i snitt 51 minuter på SVT:s valutbud inför EU-valet, inklusive repris.

Veckan efter EU-valet lät SVT göra en undersökning om hur väljarna hade informerat sig inför valdagen och vilket förtroende de svenska medborgarna hade för olika källor. Förtroendemätningen visade att SVT hade ett avsevärt högre förtroende än alla andra källor.

Val till riksdag, kommuner och landsting

SVT:s utbud inför riksdagsvalet 2014 var rekordstort. Både sändnings- och tittartid satte ny rekordnivå för valutbudet. Totalt sände SVT 275 timmar valprogram utö-

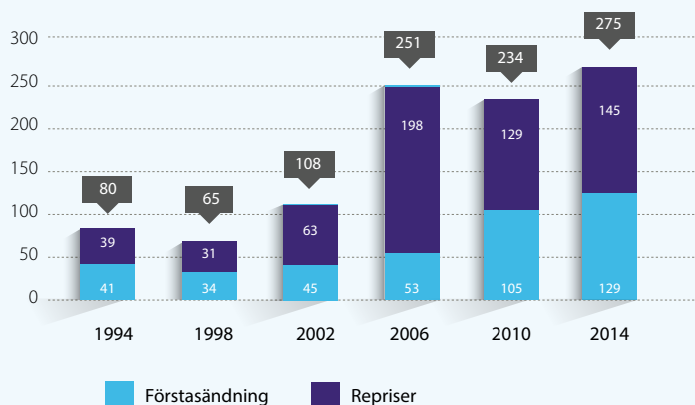
ver basprogrammen (Rapport, Aktuellt, Uppdrag granskning med flera). Svenska folket såg i genomsnitt 335 minuter per person på de olika valprogrammen. Nivån är den hittills högst uppmätta. Störst publik fick *Valvakan*, *Slutdebatten* och *Duellen* i SVT1.

Utöver programmen erbjöd SVT flera olika tjänster via internet och sociala medier. Av de som använt olika valkompasser var två av tre ganska eller mycket nöjda med den vägledning de fått. SVT:s valkompass var den mest använda. #dinröst var efter valet känt av nära fem av tio i befolkningen (18–79 år) och över sex av tio bland 18–29-åringar. svt.se/nyheter och SVT:s valsajt ökade kraftigt i användning under valveckan. SVT nyheter hade

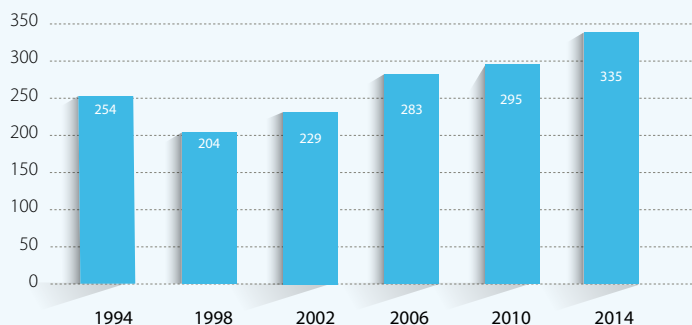
3,1 miljoner unika besökare och SVT:s valsajter hade 2 miljoner unika besökare. Detta ska jämföras med valet 2010 då SVT:s samtliga valrelaterade sajter hade 550 000 unika besökare.

Förtroendemätningen i Novus eftervalsundersökning av riksdagsvalet visade att SVT var en av de absolut mest centrala informationskällorna för de svenska medborgarna samt att medborgarna hade ett avsevärt högre förtroende för SVT än för andra källor. Samma undersökning visade att SVT var den informationskälla som hade störst betydelse för beslutet hur man röstade. De regionala nyheterna sände sex valprogram i anslutning till ordinarie nyhetsprogram koncentrerat till veckan

Antal sända timmar – valutbud i SVT:s kanaler



Total tittartid i minuter per person för valutbudet i SVT:s kanaler



Informationskälla RIKSDAGSVAL NOVUS

Fråga: I vilken utsträckning informerade du dig inför riksdagsvalet 2014 med nedanstående informationskällor?

■ Förstagångsväljare ■ Alla 18–79år



innan och måndagen efter valet. Därutöver bidrog alla regionala program till *Sverige idag valspecial*, *Sverige röstar* och *#DinRöst*.

Veckorna innan valet, med särskilt fokus på sista veckan, producerade samtliga regionala redaktioner live-webbsändningar där bland annat valets fokusområden diskuterades med ett lokalt perspektiv. De olika livewebsändningarna summerades och analyserades sedan i den förlängda nyhetssändningen samma kväll. Några lokala valdebatter sändes inom ramen för *SVT Forum*. De regionala valfrågorna fick betydligt större genomslag jämfört tidigare år

genom samarbetet inom SVT Nyheter kring *#Din röst*.

7.3 Kulturuppdraget

ST 9 § SVT ska erbjuda ett mångsidigt kulturutbud som ska fördjupas, utvecklas och vidgas under tillståndsförloppet. SVT ska bevaka, spegla och kritiskt granska händelser på kulturlivets olika områden i Sverige och i andra länder. Det utländska programutbudet ska spegla olika kulturkretsar och innehålla program från olika delar av världen. Program om och från de nordiska grannlän-

derna ska sändas i syfte att stärka den nordiska kulturgemenskapen.

SVT ska, på egen hand och i samarbete med utomstående producenter och utövare i det svenska kulturlivet, svara för en omfattande produktion av kulturprogram i vid mening. Särskild vikt ska läggas vid dramaproduktion. SVT ska spegla de många olika kulturer och kulturyttringar som finns i Sverige.

SVT ska göra föreställningar, konserter och andra kulturhändelser tillgängliga för hela publiken genom samarbeten med kulturinstitutioner samt fria kulturproducenter på skilda kulturområden i hela Sverige.

SVT ska bidra till utvecklingen av svensk filmproduktion.

Uppdraget utgår ifrån vad SVT ska göra mer än vilken effekt som ska uppnås med utbudet. Därför blir det naturligt att i detta kapitel beskriva vad SVT gjort för att leva upp till avtalets krav.

Bevaka, spegla och kritiskt granska

SVT:s uppgift att bevaka, spegla och kritiskt granska händelser i kulturlivets olika områden inryms bland annat i det utbud som klassificeras som kulturfakta. Utbudet består av dagliga nyheter, veckomagasin med särskilda bevakningsuppdrag, kulturprofilserier, debatter och dokumentärer. Målet är att alla tittare, även en mer kulturovan publik, ska nås av och finna glädje i kulturutbudet.

Utbudet i broadcast fokuseras huvudsakligen åt två skilda håll. I SVT2 finner den mer kulturvana publiken ett utbud som tar fasta på människans behov av att diskutera, tänka och reflektera över komplexa frågeställningar och ta del av ett mer specialiserat kulturutbud. Här finner vi titlar som *Babel*, *Veckans föreställning*, och kultur- och musikedokumentärer samt serier som *Kristina Lugns bokcirkel*.

I SVT1 ligger fokus på att även den mer kulturovana publiken ska erbjudas ett stimulerande kulturutbud som får



Veckans föreställning med Ladies First.

dem att känna att kultur: *det är ju något även för mig!* Här utgår programmen ofta från populära kulturyttringar och programprofiler för att på den vägen nå fram till fördjupande samtal och kulturella upplevelser. Här kan nämnas den flerfaldigt Kristallenbelönade programserien *Jills Veranda* som tog publiken till countryscenen i Nashville, där Jill Johnson mötte ett antal svenska artister. En serie som förenade musiken med en rad samhällsfrågor som ras, klass och kön.

Andra relevanta programexempel i sammanhanget är *Sverige!*, *Dom kallar oss artister* och *Historieätarna*. Som komplement till detta bevakas kultur löpande i exempelvis *Gomorrön Sverige* i såväl inslag som den stående Kulturpanelen, *Kulturnyheter*nas sändning inom ramen för *Aktuellt* och *Go'kväll*. Sammantaget har dessa program i uppgift att bevaka och spegla såväl den internationella kulturscenen

som hela Sverige. Speciellt fokus ligger på att en betydande del av innehållet ska spegla Sverige utanför Stockholm varför till exempel produktionen av magasinprogrammet *Sverige!* är förlagd till Malmö. Redaktionerna mäter också förekomsten av kvinnor och män i inslagen. Sveriges mångsidiga kultur beaktas i såväl magasin som dokumentärer och i Veckans föreställning. Exempelvis kan nämnas Jonas Hassen Khemiris pjäs *Jag ringer mina bröder*, konserten *Ladies First* med Linda Pira och den svenska hiphopeliten från Dramatens stora scen och dansföreställningen *From Sammy with Love*.

Vad gäller den mer specifikt granskande kulturjournalistiken förekommer den framförallt i Kulturnyheter som metodiskt arbetar med att gräva fram egna nyheter och granskningar. Den granskande aspekten finns även inom serier med sådant specifikt uppdrag som

exempelvis *Skandal* som handlade om sex av vår tids största och mest omdebatterade kulturskandaler.

SVT:s ambition är att antingen självt eller i samarbete med andra, producera dramaserier av hög kvalitet i olika genrer och format för en bred publik. Programmen ska skapa starka, allmängiltiga berättelser, som sätter spår. Exempel på detta är dramaserien *Blå ögon*, en politisk dramaserie som började sändas i november 2014. Den utspelar sig i ett samtida Sverige där det politiska landskapet ser ut att förändras. I serien *Tjockare än vatten* återförenas tre syskon på familjens pensionat på deras mammas uppmaning. Serien *Viva Hate* utspelade sig i Göteborg i början av 1990-talet. Indierocken frodas och tonåringarna i rockbandet Viva Hate drömmer om att bli stjärnor.

Egenproduktion och samarbeten

SVT:s dramaproduktioner skapar även internationell uppmärksamhet. Miniserien *Ettor och Nollor* vann Seoul International Drama Award (The Silver Bird Prize) och C21 Drama Awards London (bästa icke-engelska dramaserie) och *Äkta människor* har sålts över hela världen.

SVT producerade, själva eller i samarbete med externa producenter, drama med utgångspunkt i två produktionsorter, Göteborg och Stockholm. Många fler platser synliggörs dock inom ramen för olika produktioner i och med inspelningar runt om i Sverige. SVT har också sänt nordiska dramaproduktioner såsom *Arvingarna* från Danmark och *Hem och Ögonvittnet* från Norge. Så gott som all kvalitetsdramatik som produceras av de nordiska public service-bolagen sänds i SVT:s kanaler.

SVT har under året beslutat att medverka i 25 samproduktioner eller förköp: bland annat *Den allvarsamma leken* (regi Pernilla August), *En man som heter Ove* (regi Hannes Holm) och *Cirkeln* (manus och regi Levan Akin).

Samarbete med kulturinstitutioner

Scenkonst och television är inte utbytbara. Men television ger många människor möjlighet att uppleva scenkonst som de annars inte hade kunnat göra. *Veckans föreställning* erbjuder ett alternativ till lördagarnas populärunderhållning och möjliggör för alla i hela landet, oavsett ålder och hemvist, att ta del av upplevelser när de inte kan ta del av den på plats. En betydande del av befolkningen tar del av kultur på detta sätt. Enbart *Veckans föreställning* hade under förra året nästan 6 miljoner tittningar. Varje försändning sågs av i genomsnitt 95 tusen tittare. Under 2014 har SVT samarbetat med 32 olika kulturinstitutioner i hela landet som resulterat i 86 sändningar.

Som exempel kan nämnas Norrlandsoperans uppsättning av *Elektra* och operan *Björnen i Jukkasjärvi* som spelats

in i en pelarsal byggd av is i Jukkasjärvi. Karaktärerna förstärktes genom att de tre rollerna sjöngs på var sitt språk, samiska, meänkieli och svenska.

SVT visade originaluppsättningen av Mats Eks kritikerrosade föreställning *Julia & Romeo* från Kungliga Operan i Stockholm, en föreställning som turnerat i Asien och Europa.

Under några dagar i maj var det Streetstar Festival i Stockholm som direktsändes i SVT Play och som visades i sammandrag i SVT2. Från Orienteatern visade SVT musikalen *Hjälp sökes* av Kristina Lugn, Benny Andersson, Björn Ulvæus och Lars Rudolfsson.

Under hösten riktade SVT en inbjudan till olika delar av kulturlivet i Sverige med rubriken: SVT bjuder in till ett inspirerande samtal kring kulturens förändrade förutsättningar att nå ut i ett förändrat Sverige. Ett 50-tal deltagare från olika delar av kulturlivet samlades för att diskutera frågor om vad samhällsförändringar, demografiska och tekniska, innebär för det konstnärliga och kulturella skapandet och möjligheterna att nå ut.

Förutom det årliga direkta bidraget till Svenska filminstitutet på drygt 43 miljoner kronor så var SVT delaktig som samproducent i 7 svenska långfilmer och förköpte visningsrätter till ytterligare 14. SVT samproducerade eller förköpte också ett antal kortfilmer, Moving Sweden-projekt samt dokumentärer och barnanimationer. SVT:s kostnad för alla dessa projekt var sammanlagt drygt 50 miljoner kronor.

Dessutom sändes nästan 3 000 timmar utländska inköpta program inom fiktion, kultur och musik som vände sig till en vuxenpublik.

I den senaste SOM-undersökningen ställdes frågan om vilken tv-kanal som har de bästa programmen i olika programkategorier. Det var nästan 90 procent som ansåg att SVT:s kanaler hade de bästa kulturprogrammen.

Kent Asps mätningar visar att det i första

hand är SVT:s kanaler som står för kulturprogrammen i svensk tv. Även inom svenskt tv-drama, i synnerhet vid sidan om kriminaldramatiken, leder SVT den svenska marknaden.

7.4 Barn och unga

ST 10 § SVT ska erbjuda ett varierat utbud av program för och med barn och unga. Programmen ska på barns och ungas egna villkor förmedla nyheter och fakta samt kulturella och konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen. SVT ska ha en omfattande nyproduktion och egen produktion av program i olika genrer för barn och unga. SVT ska särskilt utveckla programverksamheten för äldre barn och unga.

Barn och unga i olika livssituationer, av alla samhällsklasser och ursprung ska synas och höras i SVT. Utbudet ska vara samtida och ge en kulturell gemenskap och referens men också bekräfta och utmana publiken.

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.

Programmen ska ge upplevelser och kunskap och inspirera till engagemang, aktivitet och reflektion. SVT ska vara ett forum för barns och ungas åsikter och ska inspirera till meningsfull dialog på deras villkor. Utbudet ska ställa frågorna men inte alltid leverera de färdiga svaren. SVT:s utbud för barn och unga ska produceras med perspektiv på och utgångspunkt i barns och ungas villkor.

SVT tar barn- och ungdomspubliken på allvar och erbjuder den ett varierat utbud av hög kvalitet i olika genrer.

Barn

Barnkanalen är Sveriges största kanal som vänder sig till barnen. Totalt sändes över 5 000 timmar barnprogram som i första hand vänder sig till 3–11-åringar. Programmen startar redan 05.30 och slutar 20.00. Från december förlängdes sändningstiden till 21.00 och tanken är att kanalen även ska nå även lite äldre målgrupper. Bland annat planerar man att låta den sena nyhetssändningen från *Lilla Aktuellt* också vända sig till de över tolv år.

Under året har en extra satsning på kulturella upplevelser för barn gjorts. SVT har för första gången producerat tre scenföreställningar, *Kåldolmar och kalsipper* (Parkteatern), *Fem myror* (Oktobersteatern) och *Vems lilla mössa flyger*. Dessutom har man varje lördag visat långfilm, såväl nyproducerade som äldre filmer. Utöver detta visas dramaserier från Sverige, Norden och från resten av världen. Musiken är också en viktig del av kanalens profil i allt från barnens egen *Minimello* till uppträdanden i studion eller porträtt av artister.

Genreindelningar är inte alltid tillämpliga på barnprogram som ofta rymmer både underhållande och lärande moment. En viktig del i Barnkanalens profil är Bolibompainramningen och *Sommarlov* som klassas som underhållning och de så kallade fixa-programmen som klassas som fritidsfakta. Syftet med programmen är att på ett lekfullt sätt lära barn om allt från baciller och konsumentfrågor till hur man klär sig på mornarna eller fixar i sitt eget rum. I en vuxenvärld skulle de även kunna kallas fritids- och faktaprogram.

När barnen är lediga på sommaren och under jullovet görs extra stora satsningar i form av morgonprogram som både roar och ställer viktiga frågor.

Det är relevant att låta publiken bedöma hur SVT lyckats med sitt uppdrag. Enligt en undersökning från Orvesto 2014 så rankades Barnkanalen som 7–11-åringars favoritkanal för andra

året i rad och andelen har ökat från 2013. Enligt 7–11-åringar själva är också Barnkanalen den kanal deras föräldrar helst vill att de ska titta på, SVT1 kommer på tredje plats.

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.

SVT levererar dock även ett utbud i broadcast till denna målgrupp. SVT har lång erfarenhet av produktion av program för yngre målgrupper och vet att det inte är framgångsrikt att särskilt påtala att vissa program klassas som typiska tonårsprogram. Det brukar med all säkerhet avhålla målgruppen från tittande. Däremot producerades en mängd program inom många olika genrer som når framgång hos de unga men också bland unga vuxna och även deras föräldrar. Generellt kan man säga att de populäraste programmen totalt på SVT är också de populäraste hos unga så som *Melodifestivalen*, *Mästarnas mästare*

och valprogrammen. Här nedan följer en lista med program som sändes i broadcast och som hade ett särskilt fokus på de unga men som ändå inte uteslutande kan kodas som tonårsprogram:

- » *Anne och Hannah* – finsk talkshow
- » *Blågula drömmar* – från sporten, om unga fotbollsfrågor
- » *Flator* – unga lesbiska tjejer
- » *Hjärta för djur* – egenproducerad fritidsfakta
- » *Livet i utkanten* – norsk serie om yngre personer
- » *Morran och Tobias* – dramakomediserie
- » *Summerburst* – musik riktad till de äldre tonåren
- » *Norges tuffaste* – norskt reality, yngre personer testar olika saker
- » *P3-guldgalan* – samarbete med Sveriges Radio från prisutdelningen
- » *Dreamhack* – livesändningar från evenemanget
- » *Swedish house mafia* – dokumentär om gruppen

SVT har från den 1 december 2014 förlängt Barnkanalen för att kunna ha ett mer riktad utbud mot de unga som är mellan 12 och 15 år. SVT håller på att utveckla särskilda titlar för sändning 2015 riktad mot just den gruppen.

Utbud för barn och unga per produktionstyp och programkategori, förstasändningar

	Egen	Övrigt svenskt	Utländskt	Totalt
Fiktion	3	20	283	307
Underhållning	213	133	3	349
Sport	25	0	0	25
Kultur och musik	2	3	0	5
Fritidsfakta	65	19	2	86
Vetenskapsfakta	10	12	0	22
Samhällsfakta	6	1	0	7
Nyheter	34	0	0	34
Skarv (pausprogram)	0	1	0	1
Totalt	359	190	288	836

Produktionstyper för utbudet för barn och unga

Huvuddelen av utbudet riktat till barn och unga sänds inom ramen för Barnkanalen. Tanken bakom kanalens många sändningstimmar är att ge den unga publiken många möjligheter att se program som riktar sig till dem. Av det förstasända programmen utgjorde två tredjedelar ett svenskproducerat utbud varav den största delen var egenproducerat. Varje år skapas många nya program i olika genrer samtidigt som gamla väl beprövade titlar ständigt utvecklas och förnyas. De utländska titlarna anpassas till målgruppen genom dubbing och textning.

Om man särskilt lyfter ut de timmar som kodats för att vända sig till målgruppen 12–19 år så är 137 av 150 timmar av svenskt ursprung där SVT har haft inflytande över produktionen. En stor del av det utbudet utgjordes av Musikhjälpen som görs i samarbete med Sveriges Radio.

7.5 Tillgänglighet

ST 11 § SVT ska beakta behoven hos personer med funktionsnedsättning. Ambitionsnivån när det gäller möjligheterna för personer med funktionsnedsättning att tillgodogöra sig SVT:s utbud ska höjas och tillgängligheten förbättras. Det långsiktiga målet är att hela utbudet görs tillgängligt för alla medborgare. Tillgängligheten till program för barn och unga ska prioriteras. SVT ska fortsatt prioritera god hörbarhet, bl.a. genom att vid utformningen av sändningarna beakta att bakgrunds ljud kan försämra möjligheten för personer med hörselnedsättning att ta del av utbudet.

Program ska även produceras för särskilda målgrupper.

SVT ska ha en dialog med de berörda grupperna.

I fråga om program om och för per-

soner med funktionsnedsättning får SVT, Sveriges Radio AB (SR) och UR sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser.

Se också regeringens särskilda beslut om tillgänglighetstjänster i SVT.

AV 16 Programverksamhet för teckenspråkiga ska bedrivas i en teckenspråkig miljö. Det innebär att arbetsplatsen ska vara tvåspråkig (svenskt teckenspråk och svenska).

Tillgänglighet är en högt prioriterad fråga för SVT. 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. För 2014 så har SVT uppfyllt dessa kvoter. Enligt regeringsbeslut ska programtjänsterna tillgängliggöras i marknätet, via satellit och genom tråd om förutsättningar finns. Fördelningen mellan de olika distributionsplattformarna får avgöras i dialog med brukargrupp med beaktande av de olika gruppernas behov.

Den tekniska utvecklingen gör att nya sätt att ta del av tillgänglighetstjänster växer fram. SVT har deltagit i ett projekt tillsammans med bland annat Dyslexiförbundet där man utvecklat en app för att ge alla som inte hinner läsa textremsan, eller som har svårt att se, en större behållning när de går på bio då de kan ta del av den upplästa textremsan via sin mobil. Ytterligare utveckling kan ge en version av appen anpassad för tv. Till skillnad mot dagens lösningar skulle en sådan fungera för både broadcast och för online. Målet är att skapa en app som gör det möjligt för brukarna att enkelt ta del av uppläst text, men också andra tillgänglighetstjänster, exempelvis syntolkning genom sin mobil. SVT avser

att fortsatt aktivt delta i denna nya teknikutveckling.

Ett annat teknikutvecklingsprojekt där SVT är en aktiv partner är det som rör utvecklingen av en svensk taldatas. För att kunna utöka textningen i högre grad krävs en ny teknisk lösning för textproduktion vid direktsända program, en så kallad taligenkänningsteknik. En automatiserad taligenkänning förutsätter dock att en svensk språkdatas finns tillgänglig. PTS har fått ett uppdrag att utveckla en pilot av en svensk språkdatas för textning av tv-program.

SVT initierade under 2014 ett brukarråd med deltagare i första hand från olika funktionshindersorganisationers ungdomsförbund. Målet med brukarrådet är att skapa och fördjupa en dialog om tillgänglighetsfrågor till media och genom det SVT:s tjänster så att dessa blir så bra som möjligt för så många som möjligt. Brukarrådet träffades i januari 2014 första gången och sammanlagt tre träffar har hållits under året. SVT har sedan tidigare etablerade kontakter med äldre funktionshindrade genom samarbeten med de relevanta organisationerna.

SVT bedriver ett samverkansarbete tillsammans med Handikappförbunden. Syftet är att integrera funktionshinderperspektivet i SVT:s verksamhet. För åttonde året i rad träffades funktionshindersrörelsen och public service. SVT svarade i år för värdskapet för detta årliga möte där 140 personer deltog i en seminariedag.

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.

När det gäller textningen skedde stora förändringar under året. SVT:s nya sändningstillstånd fastslår att SVT senast



Hej Kompis Rapparen Signmark lär en grupp barn från Örebro att rappa på teckenspråk.

i slutet av 2014 ska texta alla förproducerade och 55 procent av de direktsända programmen. Båda dessa ökningar, men i synnerhet att texta alla förproducerade program, har ställt krav på såväl en kraftigt utökad bemanning som förbättring och utveckling av flera tekniska system och justeringar av leveransrutinerna kring en del av programmen.

Betydande insatser gjordes under året för att förbättra stabiliteten och funktionaliteten i SVT:s textningssystem. Det har också krävts nyutveckling av funktioner för att med automatik kunna återutsända direktsända textade program med textning även vid pristillfallet. SVT har under året börjat texta flera nya programtitlar, som t.ex. sammandraget av *Gomorron Sverige*, delar av *SVT Forum* samt merparten av *Bolibompa*. Dessutom har nu alla program som textats i förstasändning textning även vid

reprisering, vissa tack vare den automatiska lösning som nämnts ovan medan andra bearbetas inför repriseringen för att textningen ska hålla önskvärd kvalitet.

Vid årsskiftet 2014/15 var SVT:s undertextavdelning färdig med den omställning och uppgradering av verksamheten som krävs för att klara textningskravet.

Textningsgraden var sista december i stort 100 procent av de förproducerade programmen. Under året textades 55 procent av de direktsända programmen.

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.

2014 var det första året som SVT har haft ett kvantitativt krav att tillgängliggöra syntolkning. SVT har mött kravet genom att erbjuda ett antal program-

titlar med syntolkning, i vissa fall både i SVT24 och SVT Play, medan några av titlarna har sänts/publicerats enbart på SVT Play. Målsättningen har varit att åstadkomma en god genrebredd i urvalet av program och det har lagts särskilt vikt vid att programmen ska vara av stort publikt intresse och/eller vara särskilt lämpade för syntolkning, det vill säga att bilden ska vara en viktig del av berättandet, till skillnad från program som i allt väsentligt bärs upp av dialogen. Exempel på program som syntolkats är *Äkta människor*, *Melodifestivalen*, *Djursjukhuset*, *Allsång på Skansen* och *Julkalendern*.

SVT har sänt 17 497 timmar svenska program under 2014. Kravet är att en halv procent av de svenska programmen ska syntolkas vilket motsvarar 88 timmar. SVT har totalt syntolkat 119 timmar.

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 fälls in i programmbilden. 2014 teckenspråkstolkades två barnprogram i Barnkanalen, *Julkalendern* och *Bacillakuten*.

Därutöver teckenspråkstolkades i SVT1 och SVT2 EU-valets slutdebatt och valvaka, riksdagsvalets debatter, partiledarutfrågningar, valvaka och sammanfattning i *Agenda* samt *Melodifestivalens* final. I SVT Play har publiken erbjudits långfredagsgudstjänst och påskdagsmässa från Olaus Petri kyrka samt julbön och julotta. Almedalens samtliga partiledartal teckenspråkstolkades också. I samband med storbranden i Sala teckenspråkstolkades alla extrasändningar av *Rapport* i SVT Play. Även extrasändningarna i samband med regeringsförklaringen och regeringskrisen teckenspråkstolkades i SVT Play.

SVT har sänt 17 497 timmar svenska program under 2014. Kravet är att en halv procent av de svenska programmen ska teckenspråkstolkas vilket motsvarar 88 timmar. SVT har totalt teckenspråkstolkat 107 timmar.

Hörbarhet

Att kunna uppfatta vad som sägs i ett program är inte alltid en självklarhet. I SVT finns idag en ljudcoach-organisation för alla produktionsorter i landet med uppdrag att bevaka och främja ljud- och hörbarhetsfrågorna i programarbetet och medverka i utbildning och seminarier.

De två funktionerna har dels en ljud-

ansvarig och dels en ljudteknisk support. Den ljudansvarige ska genomföra regelbundna uppföljningar och rapportera hur ljudarbetet genomförs i praktiken.

Sedan 2011 finns också två ljudfunktioner som stöd för programverksamheten och SVT noterar en fortsatt tydlig minskning av klagomål sedan ljudfunktionerna inrättades.

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 SVT1 och SVT2 och distribueras via separata ljudkanaler. Installation av ny nyhetsteknik har möjliggjort att även nyhetstextningssystemet omfattas av tjänsten uppläst texttremsa. Allt utbud där uppläst texttremsa kan tillföra en ökad tillgänglighet tillgängliggörs därmed.

Webb

SVT Play är sedan juni 2013 en tillgänglighetscertifierad tjänst. Certifieringen innebär att SVT Play följer de internationella riktlinjerna för tillgänglighet på webben, WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) samt att företaget Funka Nu AB:s tillgänglighetsexperter har analyserat och godkänt webbplatsen med utgångspunkt från WCAG samt egna riktlinjer för tillgänglighet. Merparten av de förproducerade programmen har valbar undertext och riksnyhetsprogram är försedda med inbränd text.

Under 2014 blev det lättare att identi-

fiera vilka program som har valbar text med hjälp av filtrering. Med hjälp av nya symboler blev det även lättare att identifiera syn- och teckenspråkstolkade program i SVT Play. Allt utvecklingsarbete sker i samråd med experter och användare med funktionsnedsättning. De nya SVT Play-apparna som lanserades i slutet av 2014 har granskats av experter som gör en återkoppling 2015. Eventuella brister kommer därefter att åtgärdas.

7.6 Minoritetsspråk

ST 12 § SVT:s samlade programutbud på de nationella minoritetsspråken samiska, finska, meänkieli och romani chib samt på teckenspråk ska, sammantaget med SR:s och UR:s utbud, öka årligen jämfört med 2013 års nivå. Ökningen ska vara betydande. SVT ska även erbjuda ett utbud på det nationella minoritetsspråket jiddisch och andra minoritetsspråk. SVT ska ha en dialog med de berörda grupperna.

I fråga om den programverksamhet som avses i föregående stycke får SVT, SR och UR sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser.

ST 10 § SVT ska ta hänsyn till de språkliga behoven hos barn och unga som tillhör språkliga eller etniska minoritetsgrupper eller är teckenspråkiga.

AV 12 Överenskommelser mellan SR, SVT och UR rörande insatser på minoritetsspråk och teckenspråk samt för personer med funktionsnedsättning ska sändas till Regeringskansliet (Kulturdepartementet) och Myndigheten för radio och tv innan verksamhetsåret börjar.

Public service-bolagen får årligen göra en överenskommelse gällande minoritetsspråkutbudet. Målet med denna överenskommelse är att företagens samlade programutbud på de nationella minoritetsspråken samiska, finska, meänkieli och romani chib samt

Timmar 2014	Syntolkning	Teckenspråkstolkning
Sänt broadcast	39	36
Sänt internet	24	20
Tillgängligt internet	56	51
Totalt	119	107

Minoritetsspråk, timmar

	Finska		Meänkieli		Samiska		Romani Chib		Teckenspråk		Summa
Målgrupp	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	
Vuxna	92	299	4	12	55	74	4	26	53	84	495
Barn 3–11 år	13	43	5	10	9	30	2	4	12	46	132
Unga 12–19 år									2	9	9
Totalt	104	342	9	22	65	103	7	30	67	139	636

på teckenspråk ska öka årligen och att företagen även ska erbjuda ett utbud på det nationella minoritetsspråket jiddisch och andra minoritetsspråk. Särskild hänsyn ska tas till de språkliga behoven hos barn och unga som tillhör språkliga eller etniska minoritetsgrupper eller är teckenspråkiga.

Program på samiska, finska, meänkieli, romani chib samt svenskt teckenspråk

Sedan slutet av 1970-talet har SVT:s sändningstillstånd innehållit formuleringar som reglerar utbudet för språkliga minoriteter. Enligt nuvarande sändningstillstånd ska programföretagens insatser på detta område öka. SVT avser att med utgångspunkt i den överenskommelse som finns mellan public servicebolagen avseende minoritetsspråksutbudet, stärka minoritetsspråksutbudet sett både till kvantitet och kvalitet. SVT har en viktig roll för teckenspråket och de nationella minoritetsspråkens utveckling och kultur.

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 särskilt 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 programutbudet har två huvudmål. Dels att realisera ett rikstäckande

och brett samiskt utbud för alla samiska målgrupper. Dels att vara den ledande leverantören och förmedlare av samiskt och urfolksrelaterat programinnehåll. Övergripande mål för minoritetsspråksutbudet 2014 har varit:

- » Minoritetsspråksprogram inom kultur, samhälle och fakta ska använda minoritetsgruppens perspektiv men med målgrupp i en bred publik.
- » Fokus för nyhetsverksamheten för de olika minoritetsspråken under perioden är att utveckla journalistiken och genomföra redaktionella satsningar i form av granskning av relevanta områden för minoriteten.
- » Kulturprogram ska prioriteras. Särskild vikt ska läggas vid att nå en yngre publik mellan 16–45 år då intresset för den egna kulturen är stark i åldersgruppen.
- » Barnprogrammen inom minoritetsspråksområdet ska vidareutvecklas. Utvecklingsarbetet omfattar både befintliga titlar och skapandet av nya programformat.
- » Att åstadkomma en ökning av utbudet på romani chib och meänkieli ska prioriteras.

Det nya sändningstillståndet innebär skärpta krav på ett utökat minoritetsspråksutbud i förhållande till 2013. SVT har ökat sitt minoritetsspråksutbud inom samiskan, finskan, romani chib, meänkieli samt det teckenspråkiga utbudet. Sam-

mantaget har sändningarna på minoritetsspråk ökat från 559 timmar 2013, till 636 timmar 2014.

Enligt bolagsöverenskommelsen med övriga public servicebolag, sänder SVT nyheter på finska, samiska och teckenspråk på vardagar. Sveriges Radio sänder nyhetsprogram på romani chib och meänkieli. SVT har versionerat aktualitetsprogrammet *Sverige idag* på meänkieli och romani chib som sänts på lördagar.

I enlighet med sändningstillståndet läggs ett stort fokus på att utveckla utbudet för barn och unga. Utbudet riktat till barn och unga har ökat i samtliga språk utom meänkieli där nivån är densamma som 2013. Barnprogrammen på meänkieli är ett exempel på hur SVT har utvecklat befintliga titlar. Programmet *Fieteri* fick ny programledare, ny grafik och ny inriktning där reportage med barn nu är huvudingrediens i programmen. Det populära barnprogrammet *Pax* versionerades på meänkieli och romani chib. I barnserien *Tjena Chavalit* innehöll varje avsnitt nya barnupptåg. Pyssel, husdjur och lekar varvades i den nyproducerade barnserien på romani chib. Dokumentären *Tornedalens stolthet* riktade sig till den unga publiken. Sommaren 2014 arrangerades för första gången Tornedalens egen pridefestival. I dokumentären *Praktikplats: New York* mötte vi Jenny Nilsson som praktiserade på organisationen Human Right Watch i



Sapmi sessions

FN-skrapan i New York. Johanna är 26 år och döv.

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

Dokumentären *Bastian tio år efter tsunamin* handlade om döve Bastian som var på semester i Kao Lak i Thailand med sin familj när en brun våg full av bråte vällde in över land och drog alla med sig. Bastian förlorade sin mamma och en bror i tsunamin.

Sapmi Sessions 2 är ett exempel på kulturprogram med utgångspunkt i minoritetsgruppens perspektiv, men som tilltalade en bred målgrupp. Svenska och samiska artister möttes i den lilla fjällbyn Vassijaure och skapade musik tillsammans.

Programserien *Berättarna* innehöll kultur i litterär form på meänkieli. Två författare med rötter i svenska och finska Tornedalen möts i miljöer där deras böcker skapats

I serien *En rom på resa* fick publiken möta fyra romer som på olika sätt gjort en livsresa. Tittarna fick bland annat möta Dusan Marinkovic som är 16 år, bor i Malmö och brinner för människors lika värde.

Olika redaktionella satsningar har gjorts inom nyhetsverksamheterna. *Oðåsat* gjorde en fördjupad valbevakning i samarbete med Sameradion. Syftet var att ge väljarna möjlighet att under året följa samiska urfolksfrågor genom EU-valet, i Almedalen och i riksdags-, kommun- och landstingsvalet. Även *Uutiset* bevakade EU-valet och riksdagsvalet och sände valvakor under de båda valkvällarna. Det sändes också en halvtimmes EU-valextra med sverigefinska politiker och analyser. I november sände *Uutiset* nyhetsserien *#gudslivmoder* som i tre delar belyste kvinnans roll i laestadianismen.

Nyhetstecken granskade en serie inslag

Timmar fördelade på produktionstyp

Förstasändningar timmar

Produktionstyp	Första	Andel
Egenproduktion	5 072	60,7%
Produktionsutläggning	275	3,3%
Svensk samproduktion	240	2,9%
Utländsk samproduktion	57	0,7%
Svenskt förvärv	188	2,2%
Utländskt förvärv	2 522	30,2%
Summa	8 353	100,0%

bristen på jourtolkar i Sverige. Denna brist leder till att döva vid många tillfällen har blivit utan tolk vid akutsjukvård. Granskningen gjordes i samarbete med Rapport. Nyhetstecken bevakade också valrörelsen ur målgruppens perspektiv både under EU- och Riksdagsval med teckenspråkstolkningarna som komplement till det egna arbetet. Under Almedalsveckan extrasände Nyhetstecken på plats efter partiledartalen 15 minuter

med Mats Knutson i SVT Play.

Genom de prioriteringar som gjorts i programverksamheten och den utökning som skett under 2014 och som fortsätter under 2015 anser SVT att kraven i sändningstillståndet uppfyllts.

Inom ramen för SVT:s webbtjänst *Öppet arkiv* har ett stort antal minoritetsspråksprogram tillgängliggjorts under året: Teckenspråk 57 timmar (146 program), Finska 18 timmar (32 program), Samiska

Utomstående medverkan och andra samarbeten, mkr

	2014	2013
<i>Medverkande och programanställda</i>		
Arvoden	189,8	208,7
Programanställda	52,8	42,5
Summa	242,6	251,2
<i>Andra slags produktionssamarbeten</i>		
Svenska		
Produktionsutläggningar	322,8	315,2
Samproduktioner	279,7	239,4
Förvärv	111,4	116,1
Summa	713,9	670,7
Utländska		
Produktionsutläggningar	2,3	0,5
Samproduktioner	12,7	10,4
Förvärv	230,5	183,8
Summa	245,5	194,7
Totalt	1 202,0	1 116,6



En rom på resa med Dusan Marinkovic.

12 timmar (33 program), Meänkieli 5 timmar (11 program), Romani chib 2 timmar (4 program) och Jiddisch: 0, 5 timmar (1 program). Sedan 2011 är SVT Teckenspråk och SVT:s regionala nyhetsredaktion i Gävledala samlokaliserade i centrala Falun och arbetar i en tvåspråkig miljö.

Under 2014 har SVT fortsatt skapa intressentdialoger med minoritetsspråksorganisationerna. Dessa intressentdialoger syftar främst att föra en diskussion om förbättringsområden samt utvecklingen och framtida behov för respektive språkgrupp. SVT har under året träffat representanter för Sverigefinländarnas delegation, Sametinget och Svenska tornedalingars riksförbund. Tillsammans med Sveriges Radio arrangerades en seminariedag med rubriken *Romer i fokus*. Syftet med seminariet var att skapa dialog och samråd med den romska minoriteten genom att medarbetare från programbolagen och inbjudna romer diskutera till-

sammans med möjlighet till nya kunskaper om romer Sverige, om antiziganism och om public service uppdrag.

Program på andra minoritetsspråk

Enligt bolagsöverenskommelsen så har SR ett större ansvar gällande utbudet på minoritetsspråk som inte är nationella minoritetsspråk. Utöver detta har SVT sänt program på 40 olika språk under 2014.

7.7 Variation i produktionsformer

ST 7 § SVT ska verka för mångfald i programverksamheten genom en variation i produktionsformer. Vid sidan om en betydande egen programproduktion ska utläggningar, samarbetsprojekt och inköp av program bidra till denna variation liksom utomstående medverkan i den egna programproduktionen.

AV 14 Den andel av allmänproduktionen i SVT:s rikssändningar som produceras utanför Stockholm ska uppgå till minst 55 procent.

Produktion

SVT arbetar med fyra huvudgrupperingar av utbudet: egenproduktion, produktionsutläggning, samproduktion och inköpta program (förvärv av visningsrätter). Volymmässigt utgör den största delen av SVT:s förstasända utbud av egenproduktion, främst nyheter och *SVT Forum* som produceras inom företaget. Under 2014 var ungefär 60 procent av SVT:s förstasända utbud egenproducerat. Utländska inköp stod för ytterligare 30 procent och produktionsutläggningar och samproduktioner svarade för 7 procent av utbudet i SVT.

När man studerar utläggningsgrader så är det brukligt att fokusera på den så kallade allmänproduktionen (se defini-

tion nedan). Det är främst inom denna del som alternativ till egenproduktion förekommer. Totalt 1 740 timmar av det totala utbudet räknas som allmänproduktion och av dessa producerades 33 procent i samarbete med eller inköpt av utomstående svensk producent. 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 har SVT ökat antalet utläggningar och samproduktioner. Det svenska dramat får en allt större uppmärksamhet i världen och intresset för den svenska produktionen blir allt större. Det har medfört att samproduktionerna ökar samtidigt som en något högre andel av SVT:s produktion, inom många programkategorier, läggs ut på utomstående bolag. Ovanstående tabell visar på SVT:s kostnader som går direkt till utomstående enskilda personer eller produktionsbolag. Under de senaste åren har denna del konsekvent ökat.

Förutom ersättning till utomståendes medverkande betalar SVT också ersättningar till Svenska filminstitutet (43,3 mkr), STIM (80,7 mkr), IFPI/Sami (8,5 mkr) och NCB (2,5 mkr).

Allmänproduktion – 55-procentskravet

AV 14 Den andel av allmänproduktionen i SVT:s rikssändningar som produceras utanför Stockholm ska uppgå till minst 55 procent.

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 görs även allmän-tv i Kiruna, Luleå och Falun. Dokumentärer kan komma från hela landet. I många uppdragskontrakt finns en 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.

Utgångspunkten för definitionen 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 2014 var 58 procent.

7.8 Folkbildning

ST 6 § ... samt som helhet präglas av folkbildningsambitioner.

SVT når det stora flertalet medborgare med program som berikar och inspirerar till ny kunskap. Utifrån uppdraget att oberoende sprida kunskap och vara en referenspunkt i en föränderlig värld, producerar SVT ett stort antal program med kunskapsrelaterat material. Public service ger publiken möjligheter att orientera sig i samhället och möjliggör till nya insikter och kunskaper. Ämnesområden som religion, historia, natur och kultur återfinns kontinuerligt i SVT:s utbud. Här finns program som omfattar långa historiska tidslinjer men också andra program som skildrar vår samtid.

SVT vill verka för att kunskapsprogram blir en angelägenhet för det stora flertalet medborgare. Det bildande uppdraget hos public service-bolagen syftar att stärka demokratin och humanism, att sprida kunskap och vara en referenspunkt i en föränderlig värld. Grunden för SVT:s folkbildande utbud utgörs av nyhets- och samhällsprogram samt olika fakta-, kultur- och vetenskapsprogram.

SVT:s fritids- och faktautbud ska sprida inspiration och kunskap som är relevant och engagerande för en stor del av publiken. Det mer kunskapsinriktade faktautbudet innehåller återkommande titlar som *Vetenskapens värld*, *Fråga doktorn*, *Mitt i naturen*, *Världens fakta* och konsumentprogrammet *Plus*. De kompletteras av specialsatsningar som fördjupar eller breddar området. Historieämnet täcks till exempel nyhets- och reportagemässigt inom *Vetenskapens värld*, men fördjupas genom större genomarbetade och påkostade programsatsningar. Under 2014 sändes *Det stora kriget*, en stor europeisk samproduktion som SVT var delaktig i, om första världskriget med manus av Peter Englund, men också det populära *Historieätarna* som speglar svensk kultur-



Historieätarna med Erik Haag och Lotta Lundgren.

historia genom maten i olika epoker på ett initierat och lättsamt sätt.

Inom fritidsområdet gäller det främst inom de stora breda fritidsintressena: 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. Under de senaste åren har SVT också utvecklat fler programsatsningar inom livsstil och relationer, som till exempel *Tidsjakten* som speglade den allt ökade stressen som individer upplever mellan yrkesliv och privatliv.

Fritids- och faktagram produceras i hela landet. Flera av programserierna utformas som turnéprogram för att

kunna spegla fler orter, exempelvis *Antikrundan* som under 25 år besökt ständigt nya städer, men också *Det stora matslaget*, där kända profiler från olika landsändar fått visa upp och tävla med sin lokala matkultur. *Mitt i naturen* vår skildrade hur vintern övergick i vår genom hela Sverige. Speglingen av livet i hela landet märks också i de dokumentärer och reportageserier som SVT producerar och sänder. Under 2014 så sändes till exempel *Saknad* som följde frivilligorganisationen Missing people som från sitt rikskontor i Göteborg samordnar sökinsatser för försvunna personer i hela landet. I *Ryttareliten* mötte vi människorna på några hästgårdar i Skåne som drömmer om framgång inom ridsport och *Flator* visade erfaren-

heter om det lesbiska livet i Stockholm.

Inom ramen för sv.se har SVT samlat program som lärarna kan ha användning för i sin undervisning. Programmen återfinns under fliken *SVT Skola*.

Till det folkbildande faktautbudet räknas också de faktagram som finns i programkategorierna underhållning och sport men inte det stora nyhetsutbudet. SVT sänder över 9 600 timmar (40 procent av det totala utbudet) som klassas som fakta i de olika programkategorierna.

Enligt den attitydundersökning som SVT gjort angav 82 procent att de tyckte att SVT bidrog med "kunskap och förståelse utifrån dina förutsättningar". 84 procent ansåg att SVT bidrar med kunskap och förståelse – för samhället i stort.

Publiken – användarna

Ett antal aspekter av SVT:s relation till publiken beskrivs i kapitel 3: Användning, räckvidd, kännedom, förtroende, upplevt individuellt värde och upplevt samhällsvärde. Innevarande publikkapitel beskriver kortfattat några andra viktiga trender och förändringar som 2014 haft en inverkan på publikens relation till SVT och tv-mediet i vid bemärkelse.

AV 21 Redovisningen ska även avse omfattningen av tittandet och publikens reaktioner samt företagets planer för kommande år.

8.1 Publikrörelsen från broadcast till online

Sedan 2010 minskar tittandet på linjär tv i Sverige. Under 2014 minskade tittartiden med 4 procent vilket motsvarar 7 minuter per person och dag (MMS/Nielsen). Endast i liten utsträckning fångas tv-bolagens tittartapp upp på internet. Ökningarna online för tv-bolagens streamingtjänster var 25 procent vilket endast motsvarar en halv minut per person och dag (MMS/Comscore). Det innebär att tv-branschen trots stora ökningar på internet procentuellt sett, totalt tappat ungefär 6,5 minuters tittartid, nära

4 procent. Det är den största uppmätta minskningen hittills.

Tittandet på SVT:s tv-kanaler minskade i något högre grad än för marknaden i stort, cirka 6 procent. Merparten av tittartappet skedde under den säsong då MTG för första gången sände OS. SVT var tidigt ute med sina playtjänster online men fick 2014 för första gången se en utplaning istället för tillväxt i nyttjande av tjänsterna.

Tillskottet av tittande på rörlig bild finns istället utanför den traditionella tv-branschen. Enligt en intervjuundersökning genomförd i december 2014 läggs merparten av tittandet online på tjänster utanför de som erbjuds av de traditionella tv-aktörerna. Drygt 75 procent av tittandet på rörlig bild på internetbaserade tjänster kommer från andra bolag, ofta internationella aktörer där de största är Googleägda Youtube och Netflix (TNS

Sifo), samt med största sannolikhet olika former av illegala tjänster.

SVT behöver således agera på båda marknaderna, den traditionella tv-marknaden och internet, för att inte marginaliseras och tappa i relevans. Den traditionella tv-marknaden är minskande sedan några år men fortsatt klart dominerande med över 150 tittade minuter per person och dag medan den växande online-marknaden har nått en tittartid på cirka 30 minuter (TNS Sifo).

8.2 Särskilda tv-händelser under året

Tv-året 2014 kännetecknades vid sidan om de övergripande trenderna bland annat av tre stora evenemang och händelser. Vinter-OS, Fotbolls-VM och super-



valåret med EU-val, riksdagsval och val till kommuner och landsting. SVT:s utbud inför riksdagsvalet bestod av drygt 270 timmar (exklusive nyheter och ordinarie samhällsprogram). Valutbudet sågs i större utsträckning än vad som någonsin uppmätts tidigare. En genomsnittlig person såg 335 minuter på SVT:s valprogram vid sidan om tittandet på de ordinarie nyhetssändningarna. Mätningar genom Novus visar att SVT når det högsta förtroendet av alla uppmätta källor. SVT nådde ett värde på 3,6 på en fem gradig skala medan näst högst värderade källa fick 3,2. I mätningen ingick ett 20-tal källor. För en utförligare beskrivning av SVT:s valsatsning, se ovan.

För första gången stod SVT utan möjligheter att sända och rapportera direkt från ett OS. Trots en fortsatt hög sändningsvolym och högt uppskattade

sändningar från MTG var det en avsevärt lägre del av befolkningen som kunde dela upplevelsena. Drygt 1,4 miljoner färre personer i Sverige tog del av vinter-OS 2014 jämfört tidigare.

Fotbolls-VM sändes i samarbete mellan SVT och TV4. Matcher och studiodelar samlade en total sändningstid på över 500 timmar (inklusive repris). Evenemanget intresserar många och trots att Sverige inte kvalificerade sig att delta 2014 tittade en genomsnittlig person drygt 16 timmar. SVT samlade 9 och TV4 7 av dessa timmar.

8.3 Värdering av tv-kanaler och webb-tv-tjänster

I en återkommande attitydmätning genomförd av TNS Sifo får ett repre-

sentativt urval av befolkningen bland annat sätta betyg på drygt 60 tv- och webb-tv-kanaler. På en femgradig skala är medelvärdet av alla kanaler hösten 2014 3,3. SVT:s kanaler och tjänster når i mätningen över tid stabila, och relativt övriga kanaler och tjänster, höga värderingar. SVT:s tv-kanaler når ett medelvärde på 3,8 där SVT1 når det högsta värdet, 4,2. SVT:s onlinetjänster når ett medelvärde på 3,9 där SVT Play med 4,3 i genomsnittligt betyg är den högst värderade kanalen/tjänsten oavsett kategori. Under 2014 fick ny-tillkomna SVT Flow och SVT Barnplay båda betyget 3,7. I gruppen småbarns-föräldrar värderas inga kanaler och webbtjänster högre än Barnkanalen och SVT:s Barnplay som fick 4,4 respektive 4,5 i betyg.

Resursanvändning

AV 1 SVT ska inom tillgängliga ekonomiska ramar göra de prioriteringar som krävs för att uppfylla uppdraget. Verksamheten ska inom ramen för uppdraget bedrivas rationellt. SVT ska kontinuerligt vidta åtgärder som syftar till ökad effektivitet och produktivitet. Ett led i detta är att söka nya samarbetsområden med Sveriges Radio AB (SR) och Sveriges Utbildningsradio AB (UR).

Från och med årets redovisning har public service-bolagen enats om en till strukturen gemensam redovisning men också enats om ett antal gemensamma mått och mätmetoder. Inte minst gäller detta inom den ekonomiska redovisningen. Intäktssidan presenteras som tidigare år och är till stora delar lika den från företagets årsredovisning. Bolagen har däremot valt ett nytt sätt att redo-

visa kostnaderna. Detta medför att inga jämförelser kan göras bakåt i tiden utan 2014 kommer att fungera som startår för framtida jämförelser.

Redovisningen av SVT:s effektivitet redovisas 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 produktivetsförbättringar och verksamhetsutveckling redovisas i slutet av detta kapitel.

9.1 Intäkter

Sedan 2010 minskar tittandet på linjär tv i SVT:s verksamhet finansieras till övervägande del av radio- och tv-avgiftsmedel (94 procent). Anslagsvillkoren som regleringen årligen fastställer anger under

vilka förutsättningar medlen får disponeras. Avgiften fastställs av riksdagen och uppgick 2014 till 2 076 kronor. Nivån på avgiften har inte förändrats sedan 2009. Tilldelade avgiftsmedel jämföras skattemässigt med statliga näringsbidrag, vilket betyder att under året ej förbrukade medel behandlas som förutbetalda (skuldförda) avgiftsmedel.

Sidoverksamheten gav år 2014 ett överskott på 2,1 miljoner kronor och redovisas som en separat post och en utförligare beskrivning lämnas i slutet av kapitlet.

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

Den stora förändringen jämfört med 2013 är att distributionskontot avslutades

Verksamhetens intäkter

Mkr	2014		2013	
Erhållna avgiftsmedel från rundradiokontot	4 476,5		4 112,7	
Korrigeringar mellan programbolagen	1,0		-0,3	
Erhållna avgiftsmedel från distributionskontot	0,0		264,7	
Totalt erhållna avgiftsmedel	4 477,5		4 377,1	
Avgiftsmedel överförda till RIKAB	-85,9		-98,0	
Avgiftsmedel överförda till SRF	-109,7		-138,1	
Delsumma	-195,6		-236,1	
Förändring skuldförda avgiftsmedel	60,5		-110,3	
Summa intäktsförda avgiftsmedel	4 342,4	94%	4 030,7	92%
Visningsrätter, samproduktioner, royalty	69,6		122,2	
Tekniska tjänster	11,1		29,9	
Sponsring	30,3		24,3	
Övrigt	75,4		161,5	
Summa övriga intäkter *)	186,4	4%	337,9	8%
Sidoverksamhet	66,6			
Summa intäkter	4 595,4	99%	4 368,6	100%

*) Varav sidoverksamhet 66,0 mkr 2013

2014. Alla medel kommer numera från rundradiokontot. Från 2014 svarar också SVT för distributionskostnaderna för UR vilket medfört en extra tilldelning. I övrigt har anslagen räknats upp med 2 procent.

Överföringarna till dotterbolagen Radiotjänst och SRF har minskat. Minskningen till Radiotjänst förklaras av en återbetalning av företagets ackumulerade överskott varav SVT fick ta del av

11,7 miljoner kronor. Anledningen till minskningen till SRF beror på stora rationaliseringar som genomförts samt viss överföring av verksamhet till SVT. Detta beskrivs senare i kapitlet.

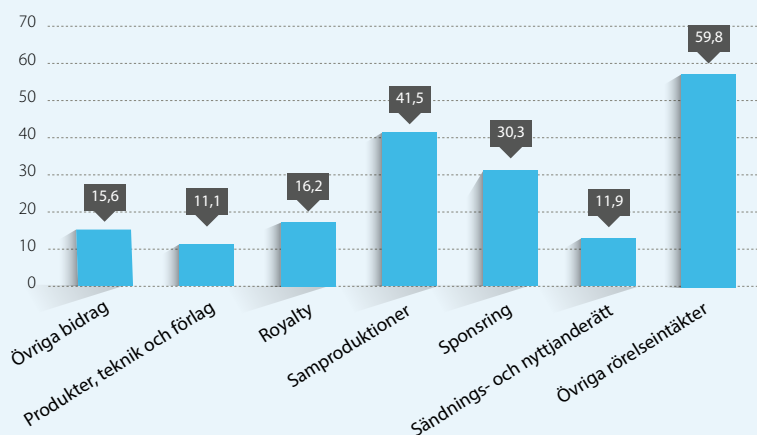
Övriga intäkter och kommersiella samarbeten

SVT:s övriga intäkter uppgår till 186,4 miljoner kronor exklusive sidoverksamheten. Intäkterna vid sidan om TV-avgiften

som inte klassas som sidoverksamhet består av sju delar:

1. *Övriga bidrag* omfattar ett statligt anslag för de svenska sändningarna över Finland vilket 2014 uppgick till 11,3 miljoner kronor. SVT får också särskilda bidrag för att genomföra beredskapsprojekt. 2014 års bidrag var på 4 miljoner kronor.
2. I det som benämns *tekniska tjänster och förlag* består intäkterna främst av kompletterande verksamhet i form av försäljning av Julkalendern i papper och Allsångshäftet.
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 royalty-intäkten fungerat som förutsättningar när produktionsbesluten togs.
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.

Övriga externa intäkter exklusive sidoverksamhet, mkr



5. Intäkterna från *sponsring* beskrivs utförligare längre ner i kapitlet.
6. Den största delen av *sändnings- och nyttjanderätter* består av sublicensiering av sporträttigheter. Under 2014 gällde det bland annat rättigheter kring Fotbolls-VM, ishockey och rally.
7. *Övriga rörelseintäkter* består av många skilda verksamheter. Det är dels rent programrelaterade intäkter som exempelvis varumärkeslicensiering av rättigheter för *Melodifestivalen* och 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 att täcka kostnader för det gemensamma kontoret i Bryssel. En annan större post är valutakursvinster på motsvarande drygt 10 miljoner kronor medan valutakursförlusterna som är något större redovisas under kostnader.

Sponsring

ST 18 § SVT får inte sända sådana sponsrade program där sponsorbidraget har tillfallit SVT direkt.

Utan hinder av första stycket får sponsring förekomma

- i SVT:s sändningar i samband med sportevenemang,
- av program som innebär utsändning av en allmän sammankomst eller offentlig tillställning där SVT är arrangör, under förutsättning att det är ett arrangemang inom ramen för ett åtagande gentemot Europeiska Radiounionen (EBU) eller ett arrangemang av liknande betydelse samt att programmet direktsänds till flera länder.

Detta gäller inte för program som huvudsakligen vänder sig till barn under 12 år.

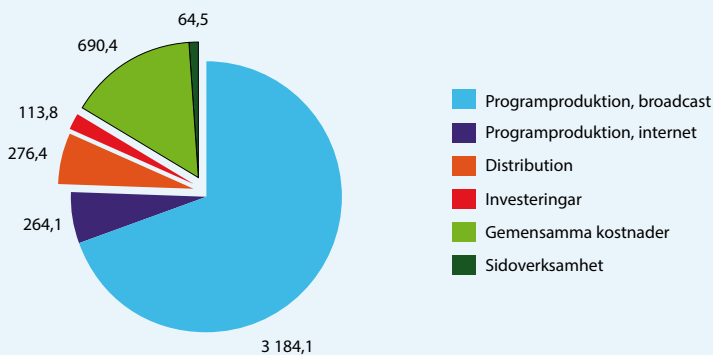
Inom ramen för ovanstående bestämmelser får sponsring förekomma i samband med högst 20 evenemang per år.

Sponsringen är en del av kärnverksamheten och regleras i sändningstillståndet.

Sponsring

Evenemang	Antal sändningar
Alpint: Världscupen, vår & höst	92
Längdskidor: Världscupen, vår & höst	60
Skidskytte: Världscupen, hösten	19
Ishockey: Tre Kronor Live	16
Ishockey: CHL	17
Ridsport: VC & VM	47
Handboll, Elitserien våren	23
Hockeykväll	40
SM-veckan, Vinter & Sommar	17
Motor: STCC	12
Motor: WRC, "Rally-VM" inkl. Svenska Rallyt	26
Svensk Fotboll: Svenska Cupen & Fotbollskväll	66
Fotbolls-VM, Brasilien	76
Vasaloppet	3
Paralympics	37
Golf, US Masters	12
Golf, Nordea Masters	10
Friidrott, Diamond League	7
Simning: Kortbane-VM	7
Melodifestivalen, finalen	2
Summa	589

Verksamhetens kostnader, Mkr



Syftet med sponsringsmöjligheten är att SVT ska kunna sända sportevenemang som annars kan vara svåra att finansiera eller säkerställa på grund av rättighetsinnehavarnas krav. Under 2014 uppgick sponsringen till 30,3 miljoner kronor.

En något högre summa än 2013 men betydligt lägre än 2012 då SVT hade rättigheterna till Sommar-OS i London.

Under 2014 sponsrades i enlighet med tillståndet 20 evenemang inklusive den svenska finalen i Melodifestivalen.

Ett evenemang kan gälla endast en sändning med repris eller ett Fotbolls-VM som varar i en månad med en mängd olika matcher och därmed många sändningar. Det kan också vara den alpina världscupen som sänds under hela vintersäsongen. Under året förekom 589 sändningar som var sponsrade.

9.2 Kostnader

Från och med 2014 så har nya kriterier för fördelning av kostnader vidtagits tillsammans med de övriga public service-bolagen. Den viktigaste orsaken är att ett av de viktigaste målen som de tre bolagen har är att andelen programkostnader skall öka över tid. Här nedan följer en redovisning av vilka delar som ingår i de olika grupperna.

Programproduktion

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

Det är också viktigt att frigöra medel för den kompletterande verksamheten på internet. För att fortsatt kunna vara en angelägenhet för alla så måste SVT kunna erbjuda ett attraktivt utbud på de plattformar där publiken kommer finnas i allt högre utsträckning. Utbudet som sänds och tillhandahålls över internet förstärker och kompletterar också det ordinarie broadcast-utbudet. De kostnader som ingår är drift och utvecklingskostnader samt kostnader för program som är särskilt beställda för förstasändning på webben.

Distribution

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

Investering

Som investeringskostnad räknas kostnadsutslaget för investeringsverksamheten. De största investeringarna har haft sin upprinnelse i programrelaterade beslut.

Gemensamma kostnader

Resterande kostnader räknas som gemensamma kostnader och består till största del av kostnader för ledningsenheterna ekonomi och teknik, kommunikation, HR, juridik och strategi. Dessutom ingår lokalkostnader, centrala teknikkostnader, utbildningsverksamhet med mera.

Produktionskostnad per programkategori

Kostnaden för programproduktionen fördelas mellan olika programkategorier. Kostnaderna får och bör variera mellan åren beroende på produktionsmixen. Vissa år görs extra satsningar på drama och andra år är sportintensiva. Ett valår medför omföringar och 2013 års världsskap av *Eurovision Song Contest* medförde extra kostnader inom underhållning.

Produktionskostnaderna per timme varierar kraftigt inom och mellan genrer. Nyheter, som utgör den enskilt största kostnadsposten, har en låg timkostnad, då verksamheten samtidigt genererar många timmar. Fiktion/drama, i synnerhet historiskt drama som *Fröken*

Friman, 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 barnutbudet som *Bolibompa* och *Sommarlovsmorgon*.

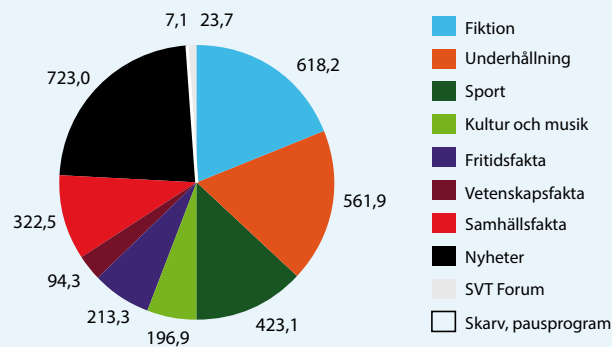
9.3 Produktivitetssökning och verksamhetsutveckling

För att klara målet med att en större andel av medlen ska gå till programproduktion och för att kompensera att många kostnader stiger betydligt kraftigare än den årliga medelstilldelningen på 2 procent måste företaget ständigt effektivisera och rationalisera den övriga verksamheten.

Program

Ett av SVT:s viktigaste interna mål är att en så stor andel av företagets kostnader ska gå till programproduktion och att andelen ska öka över tid. Eftersom det nya sättet att mäta kostnaderna infördes under 2014 så kan jämförelser göras först

Kostnad per programkategori, Mkr



efter ett antal mätningar. 2014 uppgick andelen till 75 procent. Variationer kan och får förekomma mellan enskilda år men ambitionen är att andelen ska öka under tillståndspanoriden. Detta mått är gemensamt med de övriga public service-bolagen.

Förberedelser har gjorts för den stora regionala omgörningen 2015 där en ny typ av produktion och utsändning ska genomföras. Från 2015 kommer samtliga regionala nyheter sändas från 21 orter jämföras mot dagens 19 orter vid en sändning per dag och från 11 orter de övriga sändningarna. Genom att förändra produktionsätten kommer resurser kunna flyttas från teknik och utsändning till ökad journalistisk verksamhet.

Återkommande program, förutom nyhetsprogrammen, medges ingen kostnadsökning mellan åren utan ska varje år identifiera nya rationaliseringar för att motverka eventuella kostnadsökningar. Detta ställer ständiga krav på rationellare produktionsverktyg och arbetsmetoder.

Distribution

Trots ökad trafik till SVT:s webb-erbjudande så har distributionskostnaderna kunnat hållas nere tack vare omförhandlade avtal.

Investeringar

Två mycket enkla studior med tillhörande enkel kontrollrumsteknik, primärt avsedda för webb-produktion har byggts för att svara mot såväl nyhetsverksamhetens som den övriga verksamhetens behov. Avsikten med dessa enklare kontrollrum är att minska produktionsbemanningen under sändningarna genom att automatisera fler arbetsflöden i kontrollrummen.

Under året har bolaget påbörjat en övergång till Office 365 för att möjliggöra effektivare arbetssätt. De nya verktygen kommer såväl kunna användas inom både programverksamheten som inom den administrativa verksamheten.

Gemensamma kostnader

Den genomlysning av verksamheten som genomförts i dotterbolaget SRF, tillsammans med Sveriges Radio och UR under perioden 2011-14, har sänkt behovet av medelsfinansiering till dotterbolaget från 152 miljoner kronor till 110 miljoner kronor varav en sänkning med 28 miljoner utfallit under 2014. Det är främst ekonomi-, löne- och arkivfunktioner som berörts.

Genom en omstrukturering av finansieringen i dotterbolaget SRF har SVT också kunnat förbättra sitt finansnetto med 3 mkr under 2014.

SVT har lyckats minska sina behov av lokaler vilket har medfört att den externa hyresintäkten för outnyttjade lokaler kunnat höjas med 4 mkr under 2014.

Det är viktigt att inte bara fokusera på administration och ledning. 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 hur stor del av den totala utgiften (utbetalningar till leverantörer) som går till leverantörer som har upphandlats och där avtal finns. Mätningen sker för alla de leverantörer där SVT handlar för mer än 630 000 kronor inklusive moms, gränsen för direktupphandling.

Resultatet för 2014, det första året som denna mätning genomförs, blev att inköpsandelen på avtal hamnade på 77,9 procent. Målsättningen framöver är att denna andel ska öka.

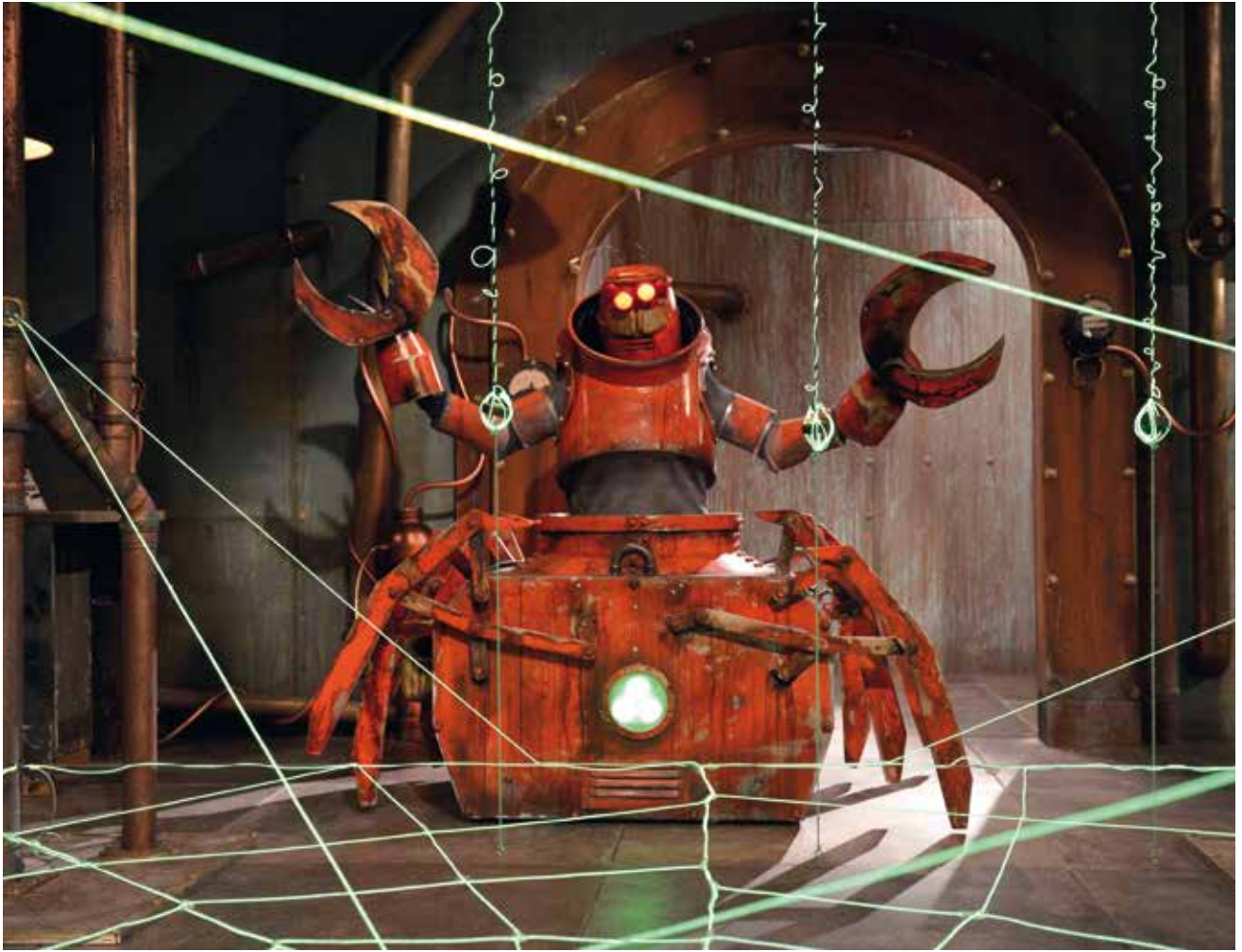
9.4 Sidoverksamhet

AV 3 Sidoverksamhet till SVT:s sändningsverksamhet ska bära sina egna kostnader och i övrigt bedrivas på ett konkurrensneutralt sätt i förhållande till andra företag som tillhandahåller mot-

svarande tjänster. Sidoverksamhet ska redovisas som egna resultatområden.

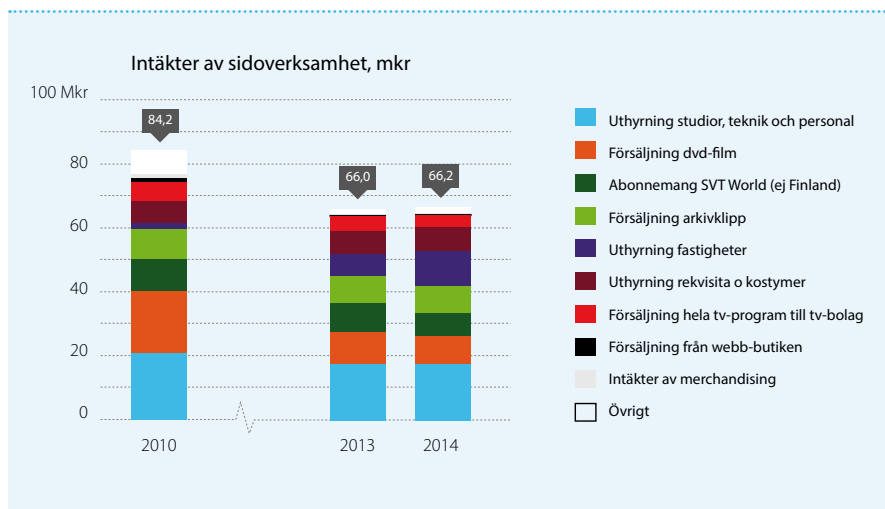
Sidoverksamheten riktar sig både till tittarna och till företagsmarknaden. Generellt kan sidoverksamheten sägas syfta till att erbjuda och utnyttja rättigheter, resurser och goodwill. Det är alltså inte själva omfattningen och vinsten som är det viktiga utan snarare att SVT har en mängd rättigheter och produkter som det finns en naturlig efterfrågan på. Sidoverksamheten kan delas in i fyra huvudkategorier.

1. Vid produktion av program skapas rättigheter. En del av detta är rättigheter att vidareförsälja visningsrätter av program som uppmärksammas internationellt. Försäljningen sker till andra tv-bolag runt om i världen. Exempel på detta kan vara prisbelönta dokumentärer eller dramaserier med SVT som huvudproducent. Det förekommer också att programformat säljs.
2. SVT har studiolokaler, produktions-teknik 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. SVT har också uthyrning av kostymer och rekvisita till media- och reklambolag. 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. Under senare år har SVT lyckats hyra ut delar av fastigheter som inte längre nyttjas för egen verksamhet. Denna del kommer återigen minska när hyreskontrakten löper ut med de externa fastighetsägarna.



Labyrint Jättekabban Krampus.

3. Sidoverksamheten med försäljning av produkter, exempelvis kunskapsspel, är en del av varumärkesvärden och möjliggör för SVT att styra, begränsa och kontrollera exploateringen av SVT-förknippade varumärken. Verksamheten inom denna kategori är ytterst begränsad och har nästan upphört helt.
4. Ytterligare ett område som definieras som sidoverksamhet är de intäkter som erhålls genom försäljning av abonnemang för mottagning av SVT World utanför Finland.



Nettoresultatet från de fyra olika typerna av sidoverksamhet balanseras i fritt eget kapital och uppgick 2014 till 2,1 miljoner kronor.

SVT:s kontroll av sidoverksamheten

Alla varor och tjänster säljs till marknadsmässiga priser i enlighet med riktlinjer i anslagsvillkoren. SVT verkar på en konkurrensutsatt och väl fungerande marknad. Prisbilder inom olika verksamheter är kända för kunder och andra leverantörer. Det innebär också att inga avgiftsmedel tillförs för att finansiera framställning av produkter. Vid försäljning av produkter belastas inte sidoverksamheten till någon del av den ursprungliga kostnaden för en tv-produktion. Sidoverksamheten, som ingår i SVT:s årsredovisning, granskas årligen av företagets revisorer.

Resultat

Intäkterna för 2014 ligger i nivå med de senaste åren, 66,6 miljoner kronor. Det är framför allt intäkterna från ren fastighetsuthyrning som ökat medan intäkterna från SVT World och programförsäljningen minskat. En stor del av intäkterna från uthyrning av studior och personal kommer från bolag som producerar program åt SVT.

När det gäller försäljning av hela tv-program så säljs dessa till både

traditionella tv-bolag och nya aktörer på marknaden. Exempel på efterfrågade titlar är *En pilgrims död* som baserades på Leif GW Perssons böcker och Wallander-serien samt försäljning med anledning av prinsessan Leonores dop.

Det är på barnsidan som den stora efterfrågan finns för försäljning till allmänheten. Det är välkända titlar så som *Alfons* och *Pippi Långstrump*. Försäljningen av dvd-film minskar och kommer minska än mer de närmaste åren.

Under 2014 kom intäkterna av merchandising från utgivningen av spel som exempelvis bygger på programmen *På spåret*, *Fem myror är fler än fyra elefanter* samt barnprogrammet *Labyrint* att öka.

Planer för framtiden

SVT:s mål om värde och genomslag har redovisats ovan under kapitel 2. I det följande beskrivs åtta fokusområden som SVT avser att särskilt arbeta med under det kommande året.

Mångfald och Sverigespegling

Om SVT ska kunna vara om alla och för alla så måste SVT spegla hela det mångfacetterade Sverige i sina program. Det leder till behov av ökad mångfald i vid bemärkelse både framför och bakom kameran. En ny plan med uppdaterade målsättningar på företagsnivå är under framtagande.

Stora förändringar i det regionala utbudet lanseras under våren. Ytterligare editioner startas i Södertälje och Helsingborg. Genom omfördelning av tjänster har ett stort antal journalister rekryterats runt om i landet. Samtliga sändningar kommer att vara nerbrutna på alla 21 sändningsområden.

Innovation och utveckling

SVT ska leda utvecklingen oavsett om det gäller att sätta nyhetsagendan, att utveckla nya programformat eller nya tjänster. Särskilda resurser avsätts för utveckla nya program. Nyhetsverksamheten ska prioritera att hitta fler egna nyheter. Under våren utvärderas tjänsten SVT Flow inför kommande utveckling och beslut om huruvida tjänsten ska förhandsprövas fattas senast i april månad.

Digital kompetens och leverans

SVT står mitt i ett paradigmskifte och företaget behöver förberedas för det digitala skiftet. Det förutsätter att SVT lyckas rekrytera nyckelkompetens inom bland annat utveckling. Internt arbetar SVT med att skapa en sammanhållen

planering och publicering av kanaler och tjänster. Målet är en rationell och effektiv publicering.

Publikrelation och dialog

SVT är i publikens tjänst och det är publikens fortsatta förtroende som är grunden för vår existens. Det är därför centralt att SVT har en nära relation till tittarna och användarna. SVT ska därför bedriva utvecklingsarbeten med publiken i fokus, utöka dialogen med publiken, öka möjligheterna att få synpunkter bemötta och öka möjligheterna att bidra med innehåll.

En del av arbetet med ökad kännedom handlar om att nå grupper på annat sätt än via SVT:s traditionella kanaler. SVT uppdaterar därför sin mark-

nadsföringsstrategi med stort fokus på sociala medier.

Effektivitet

SVT behöver frigöra resurser för program och tjänsteutveckling. Det leder till behovet att hålla löpande kostnader för administration och struktur så låga som möjligt. SVT kartlägger och utvecklar produktions- och stödprocesserna och tar fram lokala produktionsstrategier.

Samarbeten

I det komplexa medielandskapet blir det allt viktigare att ha ett omfattande samarbete med aktörer utanför företaget. SVT undersöker mot bakgrund av detta potentiella nya samarbeten med sina nordiska syskonbolag liksom med andra medieaktörer i Sverige. SVT fortsätter därutöver utvecklingen av beställarorganisationen för att kunna

ta tillvara på externa bolags kreativitet och kompetens. En ny distributionsstrategi tas fram i syfte att nå ut till fler i en situation då de kommersiella distributörernas verksamheter är under stark förändring.

Omvärld och framtid

För att säkra vår framtida relevans och värde är det avgörande att SVT arbetar långsiktigt med omvärldskunskap och framtidsanalyser. Under året integreras bland annat webbmätningar fullt ut i SVT:s publik- och utbudsstatistik. Parallellt utvecklas SVT:s resultatredovisning i enlighet med vad som nämns ovan under kapitel 3.

Talang- och kompetensförsörjning

För att klara av de nya kreativa och tekniska utmaningarna behöver SVT säkra att företaget lyckas rekrytera, utveckla

och behålla de bästa medarbetarna. Ambitionen är därför att SVT ska vara den mest attraktiva mediarbetsplatsen.



Bilagor

Bilaga 1

Sammanfattning

Villkor	Utfall	Kapitel
ST 1 Sända 4 programtjänster mm	SVT har sänt 5 kanaler i 4 programtjänster	5.1
ST 2 Sända text-tv	SVT har sänt text-tv	5.1
ST 3 Bereda utrymme för UR	UR sänder och nytt utökat avtal har börjat gälla	5.1
ST 5 Hög kvalitet vid utsändning	SVT sände 103 tusen program, endast 116 hade något fel	4.4
ST 6 Mångsidigt programutbud Svenska språket Jämställdhet och mångfald	SVT har en jämn fördelning mellan olika programkategorier	6.1
	74 % av alla sändningar är på svenska	4.6
	Stort arbete bedrivs internt och 66 % anser att SVT är bra på att spegla mångfalden	7.1
ST 7 Variation i produktionsformer	60 % egen produktion och 40 % annan. 1,2 miljarder kronor går till utomstående medverkan och andra samarbeten	7.7
ST 8 Nyhetsverksamhet	Många olika programtyper och extra satsning på valen. SVT hade mycket stor betydelse för väljarna	7.2
ST 9 Kulturutbudet	Stor och varierad produktion, sänder konserter varje vecka	7.3
ST 10 Barn och unga	Barnkanalen rankas högst av barn och deras föräldrar	7.4
ST 11 Tillgänglighet	Textning 100 % vid årets slut och kraftigt ökad syn- och teckenspråkstolkning	7.5
ST 12 Minoritetsspråk	SVT sände 14 % mer på minoritetsspråk. Ökad satsning på utveckling av programmen	7.6
ST 13 Opartiskt och sakligt	Trots ökat antal anmälningar till Granskningsnämnden minskade antalet fällningar	4.2
ST 14 Genmäle	SVT ger utrymme till genmäle	4.2
ST 15 Enskildes privatliv	Utbildningar genomförs för att minska risken	4.2
ST 16 Tv:s särskilda genomslagskraft	Utbildningar genomförs för att minska risken	4.2
ST 17 Reklam	SVT sänder inte reklam	4.2
ST 18 Direkt sponsring Indirekt sponsring	20 evenemang har sponsrats enligt villkoren	9.1
	Tydliga rutiner har upparbetats under åren	4.2
ST 21 Produktplacering	Ingen produktplacering förekommer	4.2
ST 22 Sända meddelande	SVT har 15 gånger sänt viktigt meddelande till allmänheten (VMA)	4.3
ST 23 Hög säkerhet	Av 103 001 program, endast 116 fel och 69 tillfälliga avbrott	4.3
AV 1 Verksamheten ska bedrivas rationellt	Stor rationalisering inom administration. Ökad fokus på upphandling	9.3
AV 2 Kärn- och kompletterande	Många möjligheter att ta del av SVT:s utbud	5.2
AV 3 Sidoverksamhet	Minskad dvd-försäljning och ökade hyresintäkter	9.4
AV 4 & 5 Radiotjänst	SVT anslår medel	9.1
AV 6 UR:s distribution	SVT står för bolagets distributionskostnader	9.2
AV 8 Sändningar utanför Sverige	SVT World kan tas emot i hela världen	5.1, 9.4
AV 9 Olika plattformar	SVT kan tas emot på många olika sätt	5.3
AV 10 Kärn-, kompletterande och sidoverksamhet	Beskrivs på ett flertal ställen i redovisningen	5, 6, 9
AV 11 Anmälan av nya permanenta tjänster	Inga nya tjänster har startats men SVT Flow bedrivs som försöksverksamhet	4.4
AV 12 Överenskommelser mellan bolagen	Har gjorts mellan bolagen	7.6
AV 13 Decentraliserad organisation	SVT finns i hela landet och utökar antalet redaktioner	7.1, 7.2
AV 14 55-procentskravet	58 procent av all allmän-tv producerades utanför Stockholm	7.7
AV 15 Olika självständiga nyhetsredaktioner	Rapport, Aktuellt och de regionala nyhetsredaktionerna	7.2
AV 16 Teckenspråkig miljö	Teckenspråksprogrammen från Falun bedrivs i en teckenspråkig miljö	7.6
AV 17 Dialog med externa produktionsbolag	Nya verktyg har skapats för utvecklad dialog	4.1
AV 18 UR:s sändningstider	Nytt avtal i bruk under 2014	5.1

SVT:s fem områden för samhällsvärde

Demokrati

SVT informerar, granskar, skapar utrymme för debatt. Inte minst viktigt är företaget den viktigaste källan till information inför valen val efter val. SVT når även en stor andel av de som inte tar del av nyheter på annat sätt. SVT är också det mediebolag som vunnit flest stora journalistpris. Världen har kommit närmre och utrikesbevakningen har ökat i betydelse samtidigt som SVT:s regionala verksamhet står stark och till och med utvecklas. Det är som barn vi skapar våra värderingar och tv har oerhörda möjligheter att skapa demokratiska synsätt. SVT:s barnprogram utgår därför från barnens perspektiv och deras rättigheter.

Kultur

SVT skapar och sprider kultur. Ingen annan tv-kanal gör så många program på svenska (och inte heller på finska, samiska och teckenspråk). Samarbeten och inköp för in världen i tv-rutan och öppnar dörrar för andra kulturer. Kultur har en unik förmåga att skapa förståelse mellan människor med olika bakgrund. SVT:s kulturprogram ska genomsyras av att Sverige består av människor med olika etniska och kulturella bakgrunder och med olika trosuppfattningar och erfarenheter. Inte minst viktigt är detta på barnkulturens område. Det är som barn vi bildar våra grundläggande föreställningar om världen.

Att se på tv är den största kulturaktiviteten i Sverige, en daglig rutin i de allra flesta människors liv. SVT har hela bredden av kultur, från konstkultur som opera, och balett i Veckans föreställning

till populärkultur i allsången på Skansen, från reportage i *Kobra* och *Retro* till sit-coms. Tv är dessutom en kulturart i sig. SVT ska vara en av Europas ledande producenter av originalidéer, det första valet som partner för de främsta upphovspersonerna och de bästa externa producenterna.

Kunskap

Public service allmänbildar, folkbildar och utbildar och ger människor redskap att förstå sig själva och sin omvärld. Forskning har visat på samband mellan starka public service-bolag och en större medvetenhet om bland annat internationella förhållanden hos allmänheten. Varje vecka bänkar sig miljontals svenskar framför SVT:s bildande program, från dokumentärer om människoöden, vetenskap och natur till frågesport, djupa rundabordssamtal eller bandade föreläsningar. SVT ska fortsatt ha en position som den stora folkbildaren i svensk media. SVT:s ambition är att näst efter utbildningsväsendet vara den största kunskapsspridaren i Sverige.

Sammanhållning och mångfald

SVT tror på alla tittares lika värde. Det ska synas i programmen där människor av alla sorters bakgrund får ta plats. SVT tar ett särskilt ansvar för de grupper som lätt glöms bort av kommersiella aktörer: Barn, äldre, funktionshindrade och minoriteter. SVT:s ambition är att låta människor framträda som individer och inte i första hand som representanter för en grupp. I SVT:s program har alla människor ett värde i sig. SVT speglar förhål-

landen i hela landet och den variation som finns i befolkningen.

Tv-mediet är starkt och kan användas för gott eller ont. Det kan användas för att skrämman med eller skapa hat för det som är annorlunda eller användas för att skapa nyfikenhet på det som sticker ut. SVT använder tv-mediets styrka till att bygga broar mellan olika människor och grupper. Genom en mångfald i programutbudet skapas sammanhållning, människor får gemensamma referensramar och inte minst genom engagerande upplevelser som när alla delar stoltheten över en svensk segrare i Eurovision Song Contest.

Innovation

Det är i sig ett samhällsvärde att public service går före och driver utvecklingen. SVT ska vara ledande i programutvecklingen i Sverige och inte vara rädd att förnyas. Detta är ett skäl till att SVT:s kanaler har så många nya titlar och korta programserier jämfört med till exempel kanaler som bygger sin verksamhet på amerikansk import.

SVT ska också vara en ledande aktör i den digitala omställningen av Sverige i stort och mediebranschen i synnerhet. SVT:s digitala tjänster skapar en efterfrågan och beredskap att använda bredband, och bygger användarbeteenden som kommersiella aktörer kan dra nytta av. I båda fallen – program och tjänster – handlar det om att samverka med mediebranschen. Public service är en stabilisator på mediemarknaden och skapar utrymme för både digitala byråer och produktionsbolag att utvecklas.

