



svt

Sveriges Television  
public service-redovisning  
2015



Sveriges Televisions  
public service-redovisning  
2015

© Sveriges Television AB 2016

**Kontakt:** SVT Strategi, 105 10 Stockholm

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

**Layout:** Anna Markevärn

**Bilder:** Omslagsfoto: Janne Danielsson och André Lindholm/  
Thelma/Louise. Inlagebilder: Foap och Shutterstock. Övriga bilder SVT.  
SVT äger rätt till bilder i dokumentet.

**Tryck:** Tryckservice i Ängelholm AB, 2016

# Innehåll

<b>1. Inledning</b>	5
1.1 VD har ordet	5
1.2 SVT i ett föränderligt medielandskap	6
1.3 Årets redovisning	6
<b>2 Det här vill SVT</b>	8
2.1 Oberoende	8
2.2 Värde	9
2.3 Genomslag	10
<b>3 Detta har SVT bidragit med</b>	11
3.1 Värde	11
3.2 Genomslag	13
<b>4 Kvalitet och utveckling</b>	17
4.1 Uppdragsprocess	17
4.2 Externa produktionsbolag	17
4.3 Publicistisk kontroll	17
4.4 Nya tjänster	19
4.5 Svenska språket	19
4.6 Decentraliserad organisation	20
4.7 Teknisk eller annan utveckling	20
4.8 Beredskap och sändningskvalitet	21
<b>5 Här finns SVT</b>	22
5.1 Kanaler	22
5.2 Mottagningsplattformar	24
5.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet	24
<b>6 Bredden i utbudet</b>	27
6.1 Programkategorier	27
<b>7 Särskilda uppdrag och målgrupper</b>	29
7.1 Mångfald och spegling	29
7.2 Nyheter och samhällsbevakning	32
7.3 Kulturuppdraget	34
7.4 Barn och unga	36
7.5 Tillgänglighet	38
7.6 Minoritetsspråk	41
7.7 Variation i produktionsformer	45
7.8 Folkbildning	45
7.9 SVT:s samlande roll	49
7.10 Möten och dialoger	50
<b>8 Publiken – användarna</b>	52
8.1 Publikrörelsen från broadcast till online	52
8.2 Värdering av tv-kanaler och webb-tv-tjänster	53
<b>9 Resursanvändning</b>	54
9.1 Intäkter	54
9.2 Kostnader	56
9.3 Produktivitetsökning och verksamhetsutveckling	57
9.4 Sidoverksamhet	59
<b>10 Planer för framtiden</b>	61
<b>Bilaga 1 Sammanfattning</b>	64
<b>Bilaga 2 Bolagsgemensamt index för minoritetsspråk</b>	67

# Inledning

## 1.1 VD har ordet

Nio av tio tar del av något från SVT. Varje vecka, året om. Det är ett stort förtroende som vi försöker förtjäna, varje dag.

2015 gjordes den största förändringen på mycket länge av SVT:s nyhetsutbud. Antalet nyhetsredaktioner runt om i Sverige utökades rejält till 33 stycken och ett 70-tal reportrar anställdes. Nya redaktioner kom till i Helsingborg, Södertälje, Linköping, Borås, Rinkeby och Angered och de publicistiska besluten fattas mycket närmare publiken. På så sätt hoppas vi kunna bidra till att bättre spegla Sverige, vara mer relevanta för alla oavsett var i landet de bor och i förlängningen stärka demokratin. 800 medarbetare har under året utbildats i SVT:s riktlinjer för bland annat opartiskhet och saklighet och även representanter för produktionsbolag har fått genomgångar av de särskilda villkor som gäller för produktioner inom public service.

2015 har SVT även haft ambitionen att bättre knyta ihop hela Sverige. Med hjälp av publiken granskade SVT bland annat bredbandsutbyggnaden under #ettsverige, kanske den största crowdsourcing som gjorts hittills i landet. Program som *På spåret* och *Allsången*, sportsändningarna från *Skid-VM i Falun* och det omfattande barnutbudet är också exempel på hur SVT samlar Sverige. Och genom Måns Zelmerlöws vinst i *Eurovision Song Contest* kommer SVT att bidra till sammanhållning och gemenskap i Europa.

Under 2015 har SVT satsat på drama, med bland annat serier som *Jordskott*, *Fröken Frimans krig*, *Bron III* och barnproduktioner som *Familjen Rysberg* och *Min bror kollokungen*. SVT kommer att öka insatsen för svensk film, som är inne i en

brytningstid. Folkbildning, att hjälpa till att täppa till kunskapsluckor, är ett grunduppdrag för SVT och 2015 var ett av årets populäraste program, julkalendern, en lekfull historiektion i 24 delar. Serier som *Mina två liv*, *Morgans mission* och *Fosterland* lyfte angelägna samhällsfrågor och när tidningen Fokus för första gången rankade de som har störst inflytande över svensk kultur blev SVT etta, för visionärt tänkande, konstnärlig höjd och stort genomslag.

2015 var också året då ett tv-program med premiär online för första gången utsågs till årets bästa av publiken vid Kristallengalan: *Morran och Tobias*. Förväntningarna på att få ta del av SVT:s utbud på ett enkelt och självklart sätt ökar och under året har vi bland annat utvecklat SVT Play och satsat på de minsta barnen online med *Drakens värld*. Att tillgänglighet för alla är en stor tillgång symboliseras kanske allra bäst av teckenspråkstolkarna vid *Melodifestivalen*, som gjorde succé både i Sverige och internationellt.

Det är ett stort ansvar att samla Sverige, att granska det som inte fungerar, att ge gemensamma upplevelser, att låta kulturen utmana på riktigt och att ge verifierad opartisk kunskap i ett allt större flöde av information och desinformation. Under 2016 har vi redan öppnat fler nya nyhetsredaktioner och vi kommer att fortsätta att satsa på utbud i världsklass, både online och i tv-kanalerna.

Tack till dig som tittar, tack för att du engagerar dig i hela Sveriges Television.

Hanna Stjärne

Verkställande direktör, Sveriges Television AB

## 1.2 SVT i ett föränderligt medielandskap

Förändrade konsumtionsmönster och den tekniska utvecklingen har lett till en omställning av medier i hela världen. Utbudet har globaliserats och mängden tillgänglig information har ökat. Människor har idag stora möjligheter att själva publicera sig och interagera med såväl nya som traditionella medier. Utvecklingen har medfört såväl möjligheter som utmaningar för etablerade medier och nya aktörer.

I en föränderlig mediavärld är det viktigt att försöka förstå och anpassa sig till hur människors och samhällets behov utvecklas. Många behov är bestående och opåverkade av teknikutveckling och omvärld, exempelvis de grundläggande behoven av information och förströelse. Andra behov utvecklas successivt. Människor som bor i Sverige förväntar sig att kunna uppdatera sig regelbundet när de själva har lust och tid och på en mängd olika sätt, via tv, mobiltelefoner med olika operativsystem, datorer och läsplatser. Därmed ställer människor i betydligt större utsträckning krav på snabb korrekt uppdatering. Samtidigt har beteenden när det gäller användning av traditionella tv-program, inte minst hos barn, förflyttat sig från tv-apparaten till andra tekniska lösningar. Det blir också allt vanligare att människor börjar se på ett program på en typ av apparat för att sedan ta för givet att tittandet kan fortsätta på en annan typ av apparat. Denna utveckling innebär nya utmaningar när det gäller såväl format- som teknikutveckling.

SVT följer och analyserar publikens beteenden för att kunna tillhandahålla kanaler och tjänster så att så många som möjligt ska hitta till och ta del av dem. Detta gäller inte minst att göra ljud mer hörbart och att texta program för att göra dessa mer lättillgängliga. Samtidigt som teknikutvecklingen medfört att människor nu kan ta del av SVT:s utbud

på många olika sätt har den lett till avsevärt större möjligheter för människor att interagera med SVT och våra tjänster.

## 1.3 Årets redovisning

Årets redovisning innehåller ett antal förändringar jämfört med 2014 års version för att tydligare visa hur SVT lever upp till de olika villkoren som regleras i sändningstillstånd och anslagsvillkor. SVT har valt att beskriva verksamheten för de olika områdena i den löpande texten. För att tydligare redovisa hur SVT uppfyllt villkoren redovisas i bilaga 1 resultatet av alla paragrafer och punkter av sändningstillstånd och anslagsvillkor i ordningsföljd. Det sker dels genom en tydlig hänvisning till i vilket kapitel man kan utläsa resultatet och dels genom att resultatet presenteras direkt i bilagan.

Redovisningen innehåller fler indikatorer jämfört med tidigare år som har till syfte att tydliggöra hur kraven uppfyllts. För andra villkor är det själva utbudet eller arbetsrutiner som bäst beskriver hur SVT agerar för att leva upp till villkoren.

Upplägg och disposition för årets redovisning är till stora delar samordnad med Sveriges Radio och Utbildningsradion. Det bör dock påpekas att företagen har både skillnader i uppdrag och hur uppdragen tolkas varför det fortfarande finns olikheter.

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

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

Kapitel 5 redovisar det totala utbudet fördelat på kanaler och tjänster på olika plattformar och i kapitel 6 redovisas

bredden i utbudet fördelat i programkategorier.

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

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

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





Fröken Frimans krig Foto: Peter Cederling

# Det här vill SVT

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

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

## 2.1 Oberoende

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

### Institutionen

Institutionen public service är förankrad i det svenska samhället och den representativa demokratin för att säkerställa mediepluralism och att alla medborgare i alla delar av landet nås av väsentlig journalistik och ett kvalitativt medieinnehåll. Riksdagens och regeringens beslut om sändningstillstånd och anslagsvillkor garanterar institutionen och dess funktion i samhället. Public service och SVT:s och finansiering som följer av institutionens koppling till samhället är

långsiktigt stabil och inte lika konjunkturkänslig som andra former av finansiering av medieinnehåll och journalistik. Denna stabiliserande funktion är en av förutsättningarna för en svenskbaserad produktionsbolagsmarknad samt är en garanti att det svenska folket har tillgång till högkvalitativt innehåll och journalistik oavsett global konkurrens och andra mediers prioriteringar och affärsmöjligheter.

### Finansieringen

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

särskild ordning i samband med besluten om riktlinjerna för verksamheten.

### Regleringen

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

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

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





Julkalendern Hundra år till julafton Foto: André Lindholm/Thelma/Louise

## 2.2 Värde

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

Till de huvudsakliga målen finns stödjande indikatorer som hjälper oss analysera hur väl vi lyckas. Dessa är under utveckling och kommer att variera mellan åren. För 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 de kommande kapitlen. SVT:s övergripande mål för detta område är att minst 3 av 4 tillfrågade ska anse att vi har ett mycket högt eller ganska högt värde för samhället.

### Individuellt värde

Public service kan inte bara vara bra för någon annan. Alla har rätt att förvänta sig ett personligt utbyte av det vi gör. Utbudet som helhet måste därför upplevas som angeläget för mig, som underhållande och intressant. Utbudet ska upplevas som tillgängligt och radio- och tv-avgiften ska av den enskilda individen upplevas som prisvärd i relation till det man erbjuds. SVT:s mål för det individu-

ella värdet är att minst 2 av 3 tillfrågade ska anse att SVT har ett mycket eller ganska stort värde för mig.

### Professionell kvalitet

Med professionell kvalitet avses yrkesskicklighet. SVT:s utbud skapas av journalister, kreatörer, tekniker samt andra professionella medarbetare och samarbetspartners. SVT ska vara bäst i sitt fack, originalet som andra vill efterlikna. Kreatörerna ska vara modiga, kreativa och de bästa berättarna. SVT ska fortsätta tillhandahålla de tjänster som får högst betyg av publiken och vinna erkännande av andra yrkesmän och kvinnor i Sverige och internationellt. Produktionen ska hålla en hög och stadig kvalitet och leveranssäkerhet i hela produktionskedjan, från idéarbete och



Supershowen Foto: Stina Stjernkvist

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.

## 2.3 Genomslag

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

### Kännedom

Kännedom har varit ett område SVT inte behövt ägna lika mycket uppmärksamhet åt tidigare. SVT:s kanaler var en gång kända av alla. Idag, med det stora utbudet av innehållsleverantörer har det blivit allt viktigare att arbeta med marknadsföring,

sociala medier och andra sätt att göra utbudet bekant för publiken. Detta är inte minst viktigt för att publiken ska kunna bedöma om de får valuta för pengarna.

Ett av målen är därför att SVT:s verksamhet ska vara känd av allmänheten. Målet är att minst 9 av 10 ska känna till SVT:s etablerade tjänster och 4 av 10 tillfrågade ska känna till SVT:s nya tjänster efter ett år.

### Räckvidd

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

För området gäller målsättningen att minst 9 av 10 tillfrågade fortsatt ska

använda utbudet en genomsnittlig vecka. Valet av plattform spelar ingen roll. SVT:s webbtjänster är lika mycket värda som de traditionella tv-kanalerna.

### Användning

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

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

## 3.1 Värde

### Samhällsvärde

**Måluppfyllelse:** SVT:s långsiktiga ambition är att öka samhällsnyttan av programmen och att minst 3 av 4 medborgare ska anse att utbudet har ett stort värde för samhället. Attitydundersökningen för 2015 visar att 71 procent av 16–79-åringarna anser att SVT har ett ganska stort eller mycket stort värde för samhället. Endast 12 procent anser att SVT har en liten eller ganska liten samhällsnytta. SVT arbetar även med kompletterande indikatorer inom olika områden, som finns återgivna i respektive underkapitel nedan.

**Utvecklingen över tid:** SVT införde modellen med fleråriga mål inför den nuvarande tillståndsperioden, det vill säga 2014. Förra årets mätningar påverkades av att de genomfördes strax efter valet och SVT:s resultat blev extremt höga, vilket påpekades redan i förra årets PSR. Detta gör att årets mätningar är de förs-

ta i det nya systemet som genomförs under en normalperiod och resultatet är i linje med vad liknande frågeställningar resulterat i vid tidigare mätningar. Det bör betonas att det krävs längre tids-serier för att kvalitetssäkra analyserna i relation till mätningarna.

**Skillnader mellan grupper:** Nivåerna är fortsatt mycket höga och klart positiva i alla demografiska undergrupper. Skillnaderna mellan olika grupper är för samhällsvärde betydligt mindre än för individuellt värde, publiken är alltså mer enig om SVT:s samhällsnytta än det individuella värdet. Särskilt stor anses SVT:s samhällsnytta vara bland äldre, högutbildade, personer utanför storstäderna och personer med hörselhandikapp. Yngre, lågutbildade och personer med utomnordiskt modersmål har en lägre (om än positiv) värdering av SVT:s samhällsnytta. Skillnaderna återspeglar användnings-mönstren.

**Exempel på satsningar under året:** SVT:s regionalomläggning är en stor förändring som syftar till att stärka SVT:s bidrag till demokratin. SVT utökade i ett slag kraftigt den lokala närvaron genom nya och utökade sändningar, och inte minst tillskapandet av ett 70-tal nya journalist-tjänster. Reformen är en av de största decentraliseringarna i SVT:s historia. Som kulturskapare låg SVT bakom drama-produktioner som *Fröken Frimans krig*, *Jordskott*, *Familjen Rysberg* och *Bron III*. Inom kunskap kan program som *Tusen år till julafton*, *Det sitter i väggarna* och *Mina två liv* nämnas. Bland programmen som bidrar till att skapa förståelse för andra finns program som *Min bror kollo-kungen* som skildrar tolvåriga Sonja och hennes autistiska storebror. I maj 2015 vann Måns Zelmerlöw även *Eurovision Song Contest*, ett av de program som har stor betydelse när det gäller att skapa gemensamma upplevelser och sammanhållning.

## Individuellt värde

**Målpuppfyllelse:** Det ligger i sakens natur att allmänhetens bedömning av den personliga nyttan är lägre än bedömningen av SVT:s samhällsnytta. SVT:s långsiktiga mål för individuellt värde är därför att 2 av 3 personer ska uppleva att SVT:s utbud har ett stort värde för sig personligen. I årets mätning uppgår 56 procent att SVT:s utbud har ett stort värde för dem personligen. Andelen som anser att SVT har litet eller ganska litet värde för dem personligen är dock betydligt lägre, 23 procent. Skillnaden däremellan utgörs av personer som ger SVT ett medelbetyg.

**Utvecklingen över tid:** Precis som för samhällsvärde konstaterade SVT redan förra året att resultaten 2014 var exceptionellt höga. Även här finns det därför anledning att anta en valeffekt. En mycket stor del av publiken använder SVT för att ta del av samhällsinformation och under valtider ökar denna andel. Liksom mätningarna för samhällsvärde är mätningarna för individuellt värde fortfarande relativt nya. Det krävs därför längre tidsserier för att mer exakt bedöma vad som är rimliga resultatnivåer.

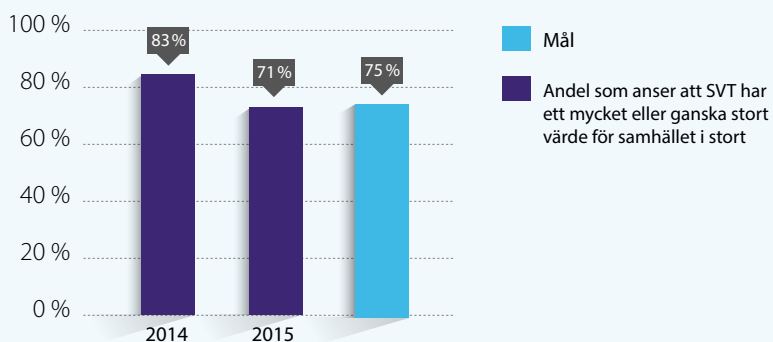
**Skillnad mellan olika grupper:** Resultatet skiljer sig i olika grupper: medel-

ålders och äldre upplever i betydligt högre grad ett stort personligt värde av SVT än yngre och lågutbildade. Detta återspeglar i hög grad användningsmönstren.

### Exempel på satsningar under året:

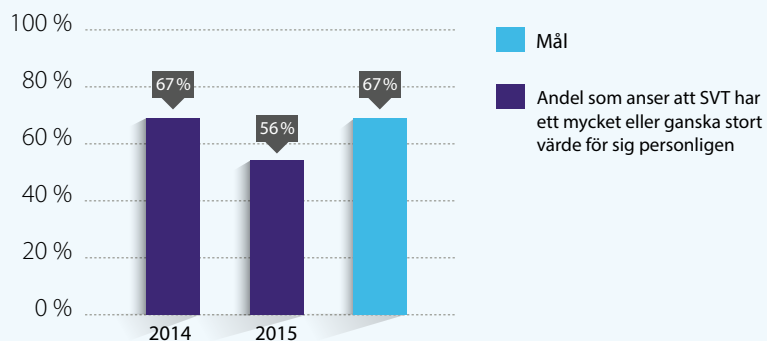
SVT:s satsningar på tillgänglighet på alla plattformar bedöms ha stor och ökande påverkan på det upplevda individuella värdet. Under året har satsningar gjorts för att särskilt tillmötesgå behoven i olika grupper, bland annat genom utveckling av SVT:s sporterbjudande på olika plattformar. Fler program har tillgängliggjorts via webben och i slutet av året uppgick mängden publicerat material i SVT Play och Öppet arkiv till över 16 500 timmar.

Målpuppfyllelse samhällsvärde



Källa: Norstat Attitydundersökningen 2015

Målpuppfyllelse individuellt värde



Källa: Norstat Attitydundersökningen 2015

## Professionell kvalitet

**Målpuppfyllelse:** Målet för området professionell kvalitet utgår från förtroendet och uppnås 2015. Förtroendet för SVT är mycket högt och SVT är även år 2015 den mest trovärdiga mediekällan enligt publiken i den stora SOM-undersökningen. SVT har tillsammans med Sveriges Radio en särställning. Mätningarna visar tydligt att public service-bolagen sticker ut i förhållande till kommersiella medier. Detta gäller även public service-bolagens webbsajter, som av publiken anses ha högre trovärdighet än de uppmätta kommersiella medierna.

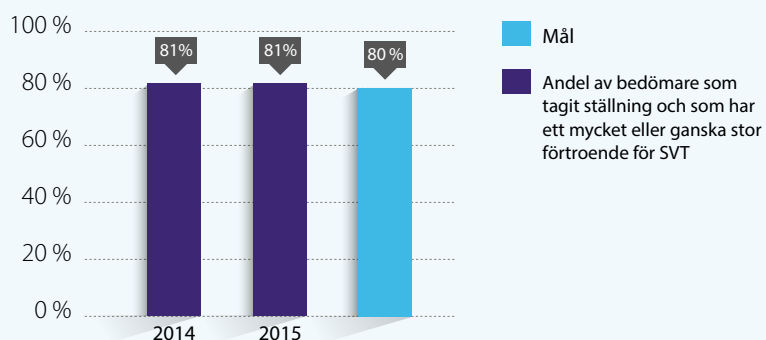
**Utvecklingen över tid:** Andelen som har ett högt förtroende är konstant över de senaste tre åren.

**Skillnader mellan grupper:** SVT är det medieföretag som åtnjuter störst förtroende i alla åldersgrupper.

**Exempel på satsningar under året:** SVT har arbetat för att säkra det professionella värdet inte minst genom de omfattande utbildningarna i bland annat opartiskhet, saklighet och skydd av privatliv som anordnas centralt av SVT. Under året har minst 800 medarbetare genomgått sådana utbildningar. Ytterligare ett exempel är den omfattande urvalsprocess



### Måluppfyllelse förtroende



Källa: SOM-undersökningen 2015

som varje år resulterar i följande års programutbud. I det sammanhanget finns det anledning att särskilt peka på den urvalsprocess som SVT tagit fram för att höja kvaliteten i dramautbudet och som bidragit till att utveckla och förnya SVT:s utbud inom detta område.

## 3.2 Genomslag

### Kännedom

**Måluppfyllelse:** Kännedomen om SVT:s nya kanaler och tjänster är generellt god och målen uppfylls på totalen. Av penetrationsdata, det vill säga hur många som

svarat att de har kanalerna installerade hemma hos sig, kan man 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. SVT har inte lanserat några nya tjänster under året.

**Utvecklingen över tid:** Penetrationsdata visar inte på någon större förändring av kännedomen mellan olika grupper.

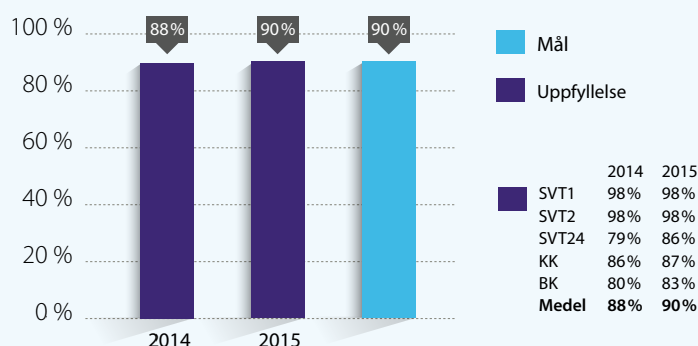
**Exempel på satsningar under året:** SVT:s etablerade tjänster är väl kända av befolkningen. För de nya tjänsterna har SVT goda möjligheter att öka kännedomen genom information i SVT:s traditionella kanaler. Här har arbetet intensifierats under året och det går att se ett tydligt samband mellan information i broadcast och ökad användning av online-tjänsterna. Utmaningarna är dock större på programtitelnivå och inte oväntat bland de grupper som inte är storanvändare av



Jordskott Moa Gammel i rollen son Eva Thörnblad. Foto: Johan Paulin/Palladium Fiction

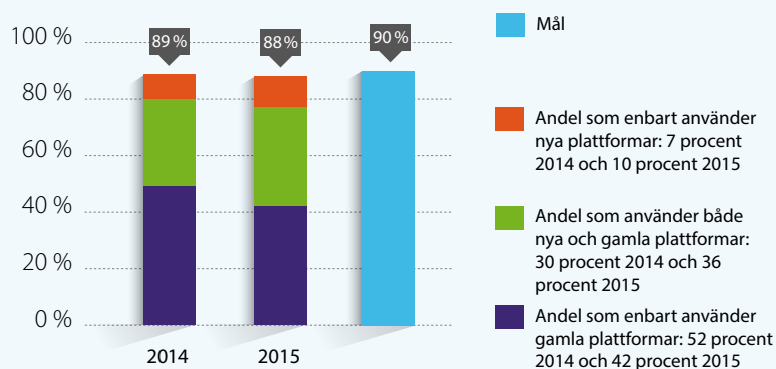


### Måluppfyllelse kännedom



Källa: MMS 2015

### Måluppfyllelse räckvidd



Källa: Norstat Plattformsundersökning 2015

bedrivs 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. Denna andel varierar dock mellan olika grupper. SVT når exempelvis cirka 21 procentenheter fler unga vuxna utan barn och 20 procentenheter fler 16–19-åringar med hjälp av de nya plattformarna. Särskilt starka är förändringarna i medieanvändning bland barnen.

**Exempel på satsningar under året:** För varje år ökar andelen som endast tar del av SVT via andra plattformar än broadcast. Satsningarna på att öka räckvidden är därför i hög grad riktade till de nya plattformarna. Under året har det bland annat inneburit en omfattande omarbeting av SVT:s sporterbjudande liksom förstasidan svt.se som fått ett tydligare uppdrag att leda publiken vidare in i SVT:s mångfald av program. Värt att nämna är även kulturprojektet *Edit* som riktar sig till unga kulturintresserade och som kombinerar program i traditionell broadcast med interaktiva möjligheter.

## Användning

**Måluppfyllelse:** Mätningar av användning av rörlig bild på olika plattformar går att fånga genom MMS mätningar. Resultaten, närmare 59 minuter per person och dag, överträffar målet.

**Utvecklingen över tid:** Tittandet på SVT i broadcast ökar under 2015 med 6 procent, motsvarande cirka 3 minuter per person och dag. Därtill kommer användningen av SVT online. Totalt sett utgör tittandet via internet cirka 5 procent av tittandet på SVT, eller nästan 3 minuter, vilket är en ökning med cirka 80 procent.

**Skillnader mellan grupper:** Användarmönstren skiljer sig mycket kraftigt mellan olika grupper, i synnerhet mellan yngre och äldre, där yngre har en betydligt större andel av tittandet förlagt on demand. Detta återspeglar sig även i

SVT:s program. Dessa kan inte nås genom information i tv-kanalerna, utan måste nås via externa plattformar såsom sociala medier. SVT använder sociala medier i första hand som dialogverktyg med publiken samt för marknadsföring av egna program och tjänster.

## Räckvidd

**Måluppfyllelse:** SVT:s räckvidd för q4 2015 var 88 procent enligt SVT:s plattformsmätning, vilket är inom felmarginalen strax under målambitionen. Räckvidden varierar kraftigt mellan olika plattformar och grupper. Fortfarande bidrar det traditionella tv-tittandet med den absolut största delen av användningen, även om räckvidden växt kraftigt för de olika internetbase-

rade plattformarna. Idag använder knappt 8 av 10 SVT:s tv-kanaler en genomsnittlig vecka, och nästan 5 av 10 tar del av SVT:s webbutbud.

**Utvecklingen över tid:** SVT:s totala räckvidd sjunker från 89 till 88 procent. Förändringarna är inom felmarginalen. Andelen som någon gång en genomsnittlig vecka använder SVT:s online-plattformar ökar under året till 46 procent medan andelen som använder SVT:s broadcast-plattformar minskar något till 78 procent. Sammantaget innebär det att andelen som endast tar del av SVT på annat sätt än via tv ökar till 10 procent.

**Skillnader mellan olika grupper:** I alla grupper överstiger andelen SVT-användare 7 av 10. Ett fokuserat arbete behöver



Still thrilling – the story of Christina Lindberg Foto: Peter Thermanius

användningen av SVT. Även om genomsnittligt endast 5 procent av tittandet sker online, så är i vissa grupper användningen av SVT online i paritet eller till och med högre än användningen av SVT i broadcast.

**Exempel på förändringar under året:** I broadcast-tablån är den enskilt största förändringen omläggningen av förkvällen som är en integrerad del av regionalomläggningen. Förändringen har lett till en sammanlagd ökad användning av SVT:s nyhetsutbud, inte minst för de regionala nyheterna och kulturnyheter. Även tittandet dagtid på SVT har ökat, bland annat som en följd av *Vinterstudion*. I både broadcast och online har SVT:s satsningar på drama lett en mycket stor och ökad användning.

### Sammantagen analys

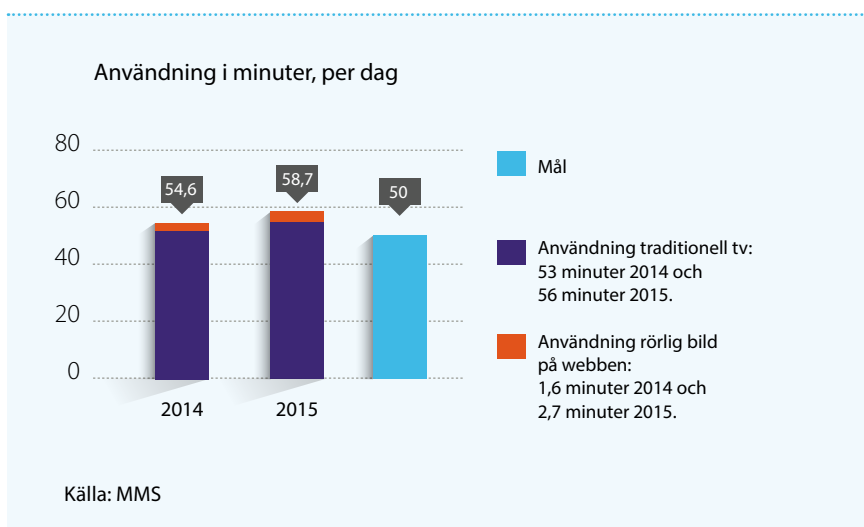
SVT:s genomslag är fortsatt mycket stort utifrån alla tre målparametrarna, och i traditionell broadcast ökar till och med användningen av SVT. Även on demand-

användningen ökar, om än från betydligt lägre nivåer.

Målen för individuell nytta och samhällsvärde är satta som fleråriga strävmål. Det är i det sammanhanget rimligt att de långsiktiga målen för individuellt värde och samhällsvärde inte uppnås 2015, och eftersom 2015 är det första år då mätningarna sker vid ett någorlunda

normalt mätningstillfälle krävs en längre tidsserie för att analysera utvecklingen över tid. SVT:s exceptionellt höga resultat 2014 är som SVT konstaterade förra året i det sammanhanget en förväntad valeffekt.

Det finns dock anledning att analysera hur den ökade polariseringen i samhället påverkar attityden till media i stort och även till public service. När samhället





minst barnen, som i allt högre grad tar del av SVT:s tjänster online. I det sammanhanget är det värt att peka på den utmaning som det innebär att public service-bolagen inte kan tillgodoräkna sig utbudet online som en del av utförandet av uppdraget.

För att publiken ska välja SVT:s program krävs att de upplevs som relevanta och med en kvalitet i världsklass, men även plattformarna måste upplevas som attraktiva och lättanvända. Det är också dessa parametrar som kan generera ett högre upplevt individuellt värde. Dessutom behöver SVT öka kännedomen om företagets erbjudande hos de grupper som använder SVT mer sällan. För att åstadkomma det gäller det, bland mycket annat, att finnas lätt tillgänglig på de skärmar som publiken väljer att använda, oavsett om det är en smartphone eller en stor tv-apparat i vardagsrummet. På så sätt samspelar de olika målen.

För att upprätthålla och öka samhällsvärdet sker bland annat ett omtag vad gäller organisationen för riksnyheterna, delvis som en följd av ökade förväntningar från publiken när det gäller snabba livesändningar. Inom kulturområdet har SVT haft stort genomslag för satsningarna på svensk dramatik och nu utvecklar vi även vårt ansvarstagande inom filmområdet. Ett antal profilerade program inom bland annat kultur och samhälle har redan tillkommit under 2016, däribland *Opinion Live* och *Babel bio* och en utveckling av den granskande journalistiken. SVT:s utbudsstrategi för det kommande året handlar därutöver, som ovan nämnts, i hög grad om att hitta program som dels kan skapa gemensamma upplevelser, dels överbrygga klyftor människor och grupper emellan. På så sätt kan SVT bidra till en ökad sammanhållning i samhället.

SVT:s planer utvecklas ytterligare i kapitel 10.

genomgår så dramatiska skiften som skett under det senaste året, blir public service uppgift att opartiskt och sakligt skildra och granska vad som sker både i Sverige och utomlands än viktigare. Likaså ökar vikten av att public service verkar för att hålla Sverige samman: genom att bygga broar mellan människor i samhället, genom att spegla Sverige och genom att samla människor till gemensamma upplevelser. Att upprätthålla rollen som nationellt samlande och skapare av en arena där alla kan mötas är en av SVT:s viktigaste uppgifter framåt. Fortsatt är användningen av SVT:s program något som förenar och public service har ett stort förtroende i alla grupper.

Det är en utmaning att upprätthålla positionen som brobyggare när starka krafter drar isär samhället. Likaså är det en stor utmaning att behålla förtroendet, och en allt intensivare samhällsdebatt kan mycket väl leda till att förtroendet för medier generellt kommer att minska under en tid. SVT:s mål är att upprätthålla positionen som den mest trovärdiga och pålitliga nyhetskällan. För att klara

att upprätthålla såväl den rollen som den samlande rollen krävs betydande insatser och det är för SVT det viktigaste fokusområdet i årets utbudsplanering.

Likaså innebär den snabba polariseringen mellan olika grupper vad gäller mediebeteenden en utmaning för SVT. Andelen som anser att det individuella värdet är mycket högt eller ganska högt är betydligt högre i grupper med traditionella medievanor. För SVT är det därför en särskilt stor utmaning att nå ut till de grupper som i första hand använder nya plattformar för att ta del av nyheter och rörlig bild. Kampen om uppmärksamheten står i hög grad mot internationella giganter som Google/Youtube, Facebook och Netflix. Detta innebär för SVT mycket höga krav på både teknisk och innehållslig kvalitet.

Åtgärder som SVT planerar vidta för att behålla genomslaget handlar inte minst om att fortsatt utveckla de interaktiva tjänsterna. Särskilt viktigt i det sammanhanget är det att upprätthålla räckvidden när användningen skiftar till nya plattformar. Detta gäller inte

# Kvalitet och utveckling

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

## 4.1 Uppdragsprocess

SVT använder en 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. Under året fattades beslut om en organisationsförändring som innebär att de tre programdirektörerna blir två. Den nya organisationen träder i kraft under 2016.

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.

## 4.2 Externa produktionsbolag

Externa producenter kan under löpande uppdragsprocess vända sig till någon av SVT:s programchefer eller beställare för att presentera ett nytt programförslag. Alla SVT:s programuppdrag är organiserade hos någon av programcheferna. Om presentationen görs för en beställare som ställer sig positiv till förslaget, delegeras förslaget till någon av programcheferna som tar projektet vidare. SVT använder sig av produktionsbolag som verkar i hela landet. Sedan 2012 har SVT en särskild sajt för affärsrelationer: [svtb2b.se](http://svtb2b.se). Där samlas allt material som är till nytta för produktionsbolag och andra externa intressenter.

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

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

## 4.3 Publicistisk kontroll

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



Veckans föreställning Och Bob Hund dör i slutet Foto: Anna Brånhede

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 2015 bedrevs en mycket omfattande utbildning med både grundutbildningar för olika redaktioner och yrkesgrupper

och mer skraddarsydda kurser för speciella projekt, nya medarbetare med flera. Totalt har utbildningarna direkt berört mer än 800 deltagare under 2015.

### Kontroll av indirekt sponsring

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

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



SVT i förvärsavtal begärt att så långt som möjligt ha insyn i produktionernas finansiering för att kunna ta reda på om det finns indirekta sponsorer.

Sedan flera år tillbaka genomförs kontinuerlig utbildning och rådgivning kring regelverket och vad som krävs för att säkra SVT:s oberoende i samband med indirekt sponsring och vilken finansiering som inte är tillåten. Liksom tidigare år genomförs så kallade *Grönt kort-utbildningar* för externa produktionsbolag som producerar program på uppdrag åt SVT. Genom föreläsningar och diskussioner utifrån konkreta programexempel har produktionsbolagen fått ökad kunskap om de regler och principer som är grundläggande för SVT:s programverksamhet. Under 2015 deltog 36 representanter från 20 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 pliktsänd-

ning där fällningen redovisas på en plats i tablån och programmet som ligger så nära det ursprungliga inslaget som möjligt. Därefter genomförs ett uppföljande samtal med berörd redaktion/programprojekt. Där diskuteras och analyseras nämndens beslut i syfte att förebygga framtida fällningar, till exempel genom förändringar i arbetssätt och rutiner.

Antalet anmälningar till Granskningsnämnden har ökat under flera år. Det gäller inte bara SVT utan också andra seriösa medier. Detta har dock inte påverkat antalet fällningar som den senaste femårsperioden har legat mellan 13 och 20 per år.

Nämnden samlar de enskilda anmälningarna ämnesvis. Statistiken visar att det var 739 samlingsärenden under 2015 mot 694 under 2014. SVT fick yttra sig i 61 ärenden under 2015 mot 53 året innan. Av dessa ärenden ledde 15 till fällande beslut mot 13 under föregående år.

Grunderna för de 15 fällningarna 2015 fördelades på följande sätt: saklighet 7, opartiskhet 4, privatliv 2, genomslag 2, gynnande 2, 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.

### 4.4 Nya tjänster

SVT utvärderar löpande gentemot fastställda kriterier huruvida nya utvecklingsprojekt är av den karaktär som ska genomgå förhandsprövning. Under 2015 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 försökte att kombinera ett redaktörsstyrt 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 var att utveckla formerna för programguidning och ge publiken bättre möjligheter att upptäcka program som de annars inte hade hittat. Tjänsten upplevdes otydlig och fick inte det genomslag som förväntades varför den upphörde i april 2015. Programmen som producerades för SVT Flow flyttade istället över till SVT Play varav den övervägande delen också sänds i broadcast.

Under 2015 förde några debattörer fram frågan om inte tjänster som *Edit* eller *Recept* borde förhandsprövas. Ingen av dessa lever upp till kraven på vad som definieras som en ny tjänst av större betydelse. Edit utgör en enskild programsajt, direkt integrerat med en programverksamhet. En förhandsprövning av tjänsten skulle hamna i direkt strid med SVT:s publicistiska oberoende. Recept är varken ny som tjänst eller av en sådan karaktär att den kan bedömas som betydande. Tjänsten är en ren sammanställning av SVT:s tidigare publicerade recept, en tjänst som ska underlätta för publiken att laga de rätter som förekommer i programmen.

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

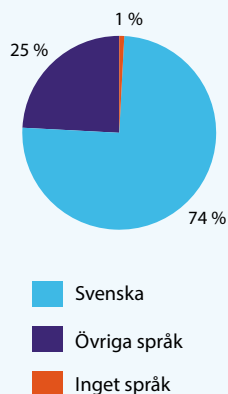
### 4.5 Svenska språket

SVT är det programbolag som sänder störst andel program på svenska språket i Sverige. Under 2015 så var 74 procent av de 22 884 sända timmarna på svenska.

Sveriges Radio bistår de övriga public service-bolagen i språkvårdsfrågor. Där har man en särskild avdelning som har till uppgift att vara rådgivande och agendasettande i språkfrågor och som alla medarbetare från de tre bolagen kan vända sig till för att få hjälp och stöd. De anordnar också utbildningar för medarbetare.

#### Andel timmar på svenska 2015

Totalt: 22 884 timmar



## 4.6 Decentraliserad organisation

För att skapa goda förutsättningar för självständigt beslutsfattande på regional och lokal nivå har Sveriges Television en decentraliserad programproduktion. Utöver detta utökades antalet produktionsorter till 33 under 2015. Därmed förstärktes förmågan i landet som helhet att effektivt kunna spegla respektive områdes särprägel och egenart.

SVT har delegerat det ansvariga utgivarskapet till SVT:s programchefer och regionala redaktionschefer. Utgivarna verkar decentraliserat på SVT:s produktions- och redaktionsorter och fattar självständiga beslut. De enda undantagen görs för SVT:s riksnyheter, SVT Sport och SVTi som har ansvariga utgivare med ansvar för ett flertal redaktioner. Detta innebär att ansvaret decentraliserats för produktion och programutveckling vid egenproduktion, produktionsutläggning, samproduktion och inköp av program. Det är också programchefen respektive redaktionschefen som har ansvar för och största möjlighet att påverka programmets innehåll och utformning. Det är viktigt att påpeka att verksamheten i Stockholm är en självständig region för såväl allmän-

tv-produktionen som den regionala nyhetsverksamheten.

SVT har en centraliserad programledning som på helheten fattar resursbeslut om hur stora medel som ska läggas på de respektive programgenrerna. Det åligger programledningen att kontinuerligt säkerställa att den decentraliserade organisationen och alla produktionsorter har tillräckligt med resurser för att SVT ska svara mot uppdraget. Därefter har ansvariga utgivare, projektledare och nyhetschefer frihet att fatta självständiga beslut.

Omkring hälften av den totala kostnaden för Sveriges Televisions nyhetsverksamhet utgörs av den regionala verksamheten, vilket anses vara tillräckliga resurser för att effektivt spegla respektive områdes särprägel och egenart. Under 2015 har de regionala nyheterna genomgått en stor omställningsprocess med målet att bättre spegla hela Sverige samt att vara relevant för alla i Sverige. Under året har en mängd aktiviteter vidtagits för att åstadkomma denna omställning. Bland annat har SVT utökat antalet redaktioner från 27 till 33 orter, omvandlat ett stort antal tjänster från teknik och utsändning till reportrar, implementerat nya yrkesroller såsom online-specialister och produktionskoordinator och tagit bort yrkesfunktionerna sändningsproducent och fotografredigerare. Till detta kommer en mycket omfattande programproduktion för allmän-tv i Stockholm, Umeå, Göteborg och Malmö.

I december 2015 hade SVT 2 159 tillsvidareanställda medarbetare. Inklusive vikarier och andra visstidsanställningar var 2 419 personer anställda på SVT vid årsskiftet. När det gäller SVT:s decentraliserade organisation är även Stockholmsregionen en region. Verksamheten inom allmän-tv Stockholm eller i det tidigare kallade ABC-området är vare sig mer eller mindre decentraliserad än verksamheten på andra orter. Det går därför inte att tala om en centraliserad organisation

och en decentraliserad organisation som har olika andelar av resurser. Därmed följer att tillräckliga resurser avser att de beslutade programbudgeterna som står till programchefens förfogande behöver vara så pass stora att SVT förmår att uppfylla sitt uppdrag, i synnerhet speglingsuppdraget.

SVT hade 2015 fast anställd personal på 33 platser. Av personalen är 1 248 medarbetare anställda inom ramen för vad som ovan definierats som den decentraliserade programorganisationen. 504 var anställda inom företagsövergripande programverksamhet (SVTi, SVT:s riksnyheter och sport). Resterande 654 anställda arbetar inom en lång rad verksamheter och som är gemensamma. De kan inte definieras som vare sig centraliserad eller decentraliserad verksamhet och består till exempel av undertext, grafikproduktion för hela landet, arkiv med mera. I den gruppen finns också en stor del av företagets ledningsfunktioner. Inom båda de senare grupperna finns ett betydande antal som är placerade utanför Stockholm, vilket inte hindrar att de har centrala uppgifter. Därmed har SVT en hög närvaro av personer ute i landet med kunskap om och förankring i de olika regionerna.

## 4.7 Teknisk eller annan utveckling

Sveriges Television bedriver en kontinuerlig utveckling av produktionsteknik och produktionsflöden för att göra verksamheten så effektiv och rationell som möjligt. Via en intern årlig process prioriteras de projekt som har störst effekt för publiken och som gör verksamheten mer effektiv så att medel kan slussas över till programverksamheten. Här nedan beskrivs ett antal projekt som genomförts under året och i kapitel 7 och 9 beskrivs de utvecklingsprojekt som har särskilt fokus på tillgänglighet respektive rationalitet.



Min bror kollokungen Foto: Ulrika Malm

Sveriges Television har inom ramen för European Broadcasting Union (EBU) tillsammans med teknikindustrin tagit fram en standard för att utveckla tjänster i tv-apparaten, den så kallade HbbTV-standard. HbbTV innebär en integrering mellan traditionell tv och bredbands-tv och möjliggör en utveckling av tjänster som att spola bakåt, starta om, se nästa inslag och en rad funktionaliteter som gör tittandet till en bättre upplevelse. I samband med detta utvecklas även applikationer för så kallad smart-tv.

I samarbete med ett Umeåbaserat it-företag gjordes under året ett försök med så kallad virtual reality-tv under decembersändningarna av *Musikhjälpen*. Via en särskild applikation kunde mobiltelefoner användas för att göra det möjligt för tittaren att *delta* i studion med programledarna i en tredimensionell miljö.

Under året har ett särskilt utvecklingsprojekt inom nyheterna genomförts där man infört enhetliga rutiner kring felrapportering och felhantering. Genom ett väl fungerande supportflöde minskar risken för tekniska haverier och fokus kan läggas på programproduktion.

Mobila fjärrutrustningar har införskaffats. Dessa möjliggör fjärrproduktion till alla ATV-orters kontrollrum och minskar behovet av OB-utrustning. Utvecklingen har lett till lägre kostnader och större möjligheter att spegla hela Sverige. Även ett omfattande infrastrukturprojekt har genomförts för att möta ökade volymer av livesändning, bland annat på webben.

#### 4.8 Beredskap och sändningskvalitet

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

2015 sände programkontrollen ut totalt 108 449 program i kanalerna SVT1,

SVT2, Barnkanalen, Kunskapskanalen och SVT24. Statistiken över antalet sända program inkluderar såväl förstasändningar som repris, förproducerade program och direktsändningar. Om en sändning av ett program drabbats av ett fel rapporteras detta i en daglig sändningsrapport. Alla avbrott eller störningar som omöjliggör för publiken att ta del av innehållet och som inte kan åtgärdas inom 60 sekunder betraktas som allvarliga och följs löpande upp.

2015 rapporterade programkontrollen att 74 program drabbats av någon form av allvarlig störning eller avbrott som varade längre än 60 sekunder. Den vanligaste orsaken till avbrott och längre störningar är olika problem vid direktsändningar, till exempel överföringsproblem från produktionsplatsen till programkontrollen eller andra tekniska problem vid produktionsplatsen.

Från programkontrollen styrs även utläggning av viktigt meddelande till allmänheten (VMA). Sådan information har enligt sändningsrapporterna lämnats vid 10 tillfällen under 2015.

# Här finns SVT

## 5.1 Kanaler

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

Totalt sändes 22 884 timmar varav 8 462 timmar var förstasändning. I april ändrades strukturen för de regionala nyheterna. Innan sändes 11 regionala nyhetsprogram med ytterligare 8 editioneringar. Efter omläggningen sänds 21 regionala sändningar (se vidare nyhetskapitlet 7.2). Det medför att det tillkommer 172 timmar regionala sändningar i SVT1 och SVT2 ur ett tittarperspektiv men totalt sändes hela 3 188 timmar från alla regioner. Dessutom sändes 824 timmar rullande text-tv-sidor, så kallad text-tv in vision.

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

Under 2015 förnyades avtalet mellan SVT och UR som bland annat reglerar överenskommelser om sändningstid och rutiner och kostnader kring sändningarna.

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 inkludering, initierad, stil- och folkbildande, sammansatt, frågvis och nyfiken. Kanalen sänder SVT Forum på dagtid.

Barnkanalen innehåller barnprogram för barnens skull, svensk originalproduktion, en 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 21.00. I kanalen erbjuds barnen nya möjligheter att se programmen på olika tider. Därav de många repriseringarna under dagtid. Här ges också möjlighet att återutsända program som tidigare barngenerationer uppskattat. De utländska programmen bearbetas för att passa barnen, främst

genom dubbning och textning.

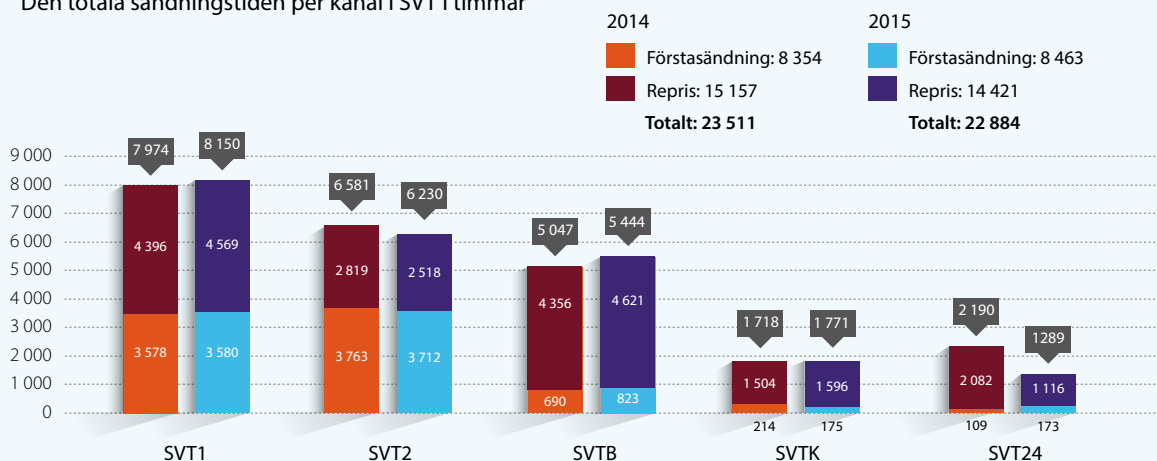
Kunskapskanalen samlar kunskapsutbudet från SVT och UR i en enhetlig och tydlig miljö. En gemensam tabbläggning av programmen sker mellan bolagen.

SVT24 sänder allmän-tv-program som är särskilt riktat till ungdomar, främst svenska produktioner från SVT1 och SVT2, från 21.00 till 05.30. Kanalen erbjuder publiken möjlighet att se det svenska utbudet vid flera tillfällen.

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

SVT World är SVT:s kanal för svensktalande i Finland och för svenskar i utlandet. Sändningarna inleddes efter en överenskommelse mellan den finska och den svenska staten om ett ömsesidigt utbyte av tv-program. Den svenska delen av utbytet finansieras genom ett särskilt anslag i statsbudgeten. Övrig verksamhet inom SVT World finansieras genom abonnemangavgifter och

Den totala sändningstiden per kanal i SVT i timmar



räknas som sidoverksamhet. SVT World sänder dygnet runt, huvudsakligen svenskproducerade program från SVT:s samtliga kanaler. UR svarade för 435 timmar av det utbudet.

### Tjänster på internet

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

### svt.se

svt.se har ett basutbud av programsidor, nyheter, sport och barnutbud och dessutom ett antal spetsinsatser kopplade till programtitlar eller ämnesområden. Under året fick förstasidan ett nytt utseende.

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, 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.

Under året lanserades en sportapp. I likhet med nyhetsappen är den en så kallad wrapp. Appen har varit en del av omgörningen av hela SVT Sport.

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

För de allra yngsta finns Bolibompa.se och för det lite äldre finns Barnkanalen. se som är utformade för att förenkla navigationen, särskilt för de ännu inte

läskunniga barnen. De har egna platser, avgränsat från övrigt utbud för att minska risken att barn ser nyhetsinslag eller program med otäcka bilder. Det finns också en möjlighet att aktivera ett barnskydd som förhindrar att program som det särskilt varnas för inte kan starta i SVT Play.

### SVT Play

Huvuddelen av innehållet i SVT Play består av sända program. Därutöver finns också ett antal webbunika program och livesändningar. De flesta svenska programmen är tillgängliga under 30 dagar från sändning.

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

Utöver dessa parallelsändningar sändes 1 871 timmar webbunikt material. Det är en stor genbredd på sändningarna. Exempel på sändningar är för- och eftersnack för program inom både nyheter och underhållning. Därutöver sänds nyheter live och sport vid stora evenemang som inte får plats i broadcast.



## Timmar på internet

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

### SVT Flow

Tjänsten kombinerade ett redaktörsstyrt 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 var att utveckla formerna för programguidning och ge publiken bättre möjligheter att upptäcka program som de annars inte hade hittat. Tjänsten bedrevs som försöksverksamhet och lades ner under våren 2015.

### Öppet arkiv

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

När tjänsten nystartade våren 2013 fanns cirka 500 timmar tillgängliga och vid utgången av 2015 fanns hela 5 322 timmar tillgängliga i Öppet arkiv. I och med årsskiftet 2016 har SVT ingått nya avtal med rättighetsorganisationerna som begränsar volymen som tillgängliggörs i Öppet arkiv, men som möjliggör för SVT att visa delar av

utbudet också inom SVT Play. Målet är att utbudet ska bli mer relevant och lätt att hitta.

## 5.2 Mottagningsplattformar

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

Alla SVT-kanaler (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 2015 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 drygt 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 distribu-

törers och operatörers egna plattformar.

SVT Play flyttades till ny teknisk plattform och fick samtidigt ny design för att anpassas bättre för läsplattor och mobiler. Ny startsida, program- och kategorisidor lanserades. Ett taggningsprojekt genomfördes så publiken fick det är enklare att söka och hitta program inom olika ämnesområden.

En ny videospelare utvecklades som kommer att användas av alla SVT:s digitala tjänster. Nya videospelaren möjliggör uppspelning av mer framtidssäkra videoformat.

svt.se fick en nydesignad förstasida, optimerad för att öka konverteringen till övriga SVT:s digitala tjänster och även Barnkanalen.se fick en mer personlig play-funktion som gör det lättare att hitta sina favoriter och spara de program som man senast tittade på. Bolibompa för de små barnen fick en ny *Drakens värld* där barnen kan interagera, spela och titta på program i en tjänst som är anpassad för målgruppen. En mobilapp lanserades också där föräldrarna kan tidsinställa hur länge barnen kan titta.

Nyhetstjänsten fick nya sidor för det lokala utbudet. Den går numera att personalisera så att din ort sparas och exponeras nästa gång du besöker tjänsten. En ny sportsajt med mer videofokus och enklare navigation till olika sportvärldar lanserades.

## 5.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet

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



Morgans mission med Morgan Alling Foto: Janne Danielsson

koppling till kärnverksamheten (programbolagens anslagsvillkor 2015). I takt med medieutvecklingen har begreppet kärnverksamhet fått en annan betydelse än när det infördes år 2002 i anslagsvillkoren för public service. Detta har återspeglats i efterföljande utredningar och propositioner. Med utgångspunkt i dessa definierar SVT kärnverksamhet enligt följande:

- *Sändning av hela kanaler på webben, antingen simultant med sändning i marknät eller i webbexklusiva kanaler.*
- *Play-tjänster eller liknande där tidigare*

*sända program finns tillgängliga för on demand-konsumtion.*

- *Exklusiva program som ligger tillgängliga on demand.*
- *Direktsändning över internet av enstaka evenemang.*

Verksamhet i form av till exempel text och bild som har en koppling till och stödjer programmen är däremot att betrakta som kompletterande verksamhet.

Det har aldrig ställts formella krav på att särredovisa kostnaderna för den kompletterande verksamheten. Kostnader för att stödja kärnverksamheten är oftast en naturlig del av programmets uppgift

och en del av redaktionens arbete. I takt med förändrade mediebeteenden ökar publikens förväntningar på att kärnverksamheten kompletteras med bland annat text, bild och interaktiva funktioner.

Attitydsmätningar som SVT genomfört hos publiken visar att en klar majoritet anser att en ökad del med tiden bör gå till utveckling av den här typen av verksamhet. SVT bedömer därmed att den kompletterande verksamheten idag förstärker kärnverksamheten och inte parasiterar på den, vilket innebär att det råder en god balans mellan kärn- och kompletterande.



Veckans föreställning Och Liv Strömquist tänker på dej! Foto: Sören Vilks/Dramaten

# Bredden i utbudet

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

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

## 6.1 Programkategorier

SVT sänder cirka 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 årets redovisning visas utbudet för barn och unga separat i kapitel 7.4 och nedanstående redovisning visar hur vuxenutbudet fördelar sig i olika programkategorier. Fördelningen

kan och ska variera mellan åren. Det kan bero på stora sportevenemang eller extra samhällsatsningar under valåren.

Jämfört med 2014 så har det endast skett marginella förändringar. Den enda större skillnaden är att andelen nyheter har minskat med fyra procentenheter. Detta förklaras av att SVT1 inte längre sänder repriseringar av olika regionala nyheter nattetid. Däremot har ju som tidigare nämnts produktionen av regionala nyheter ökat kraftigt, med drygt 600 timmar, till 3 177 timmar. Den ökningen märks inte i ovanstående statistik som helt exkluderar parallellsändningar.

En annan viktig indikator som visar om SVT lever upp till villkoren om ett brett utbud är det index som Myndigheten för radio och tv redovisar varje år av de mätningar som genomförs av medieforskaren Kent Asp från Göteborgs Universitet. Rapporten utförs årligen och redovisas i maj för föregående år. Den senaste rapporten gäller 2014 och visar att SVT har det bredaste utbudet av alla

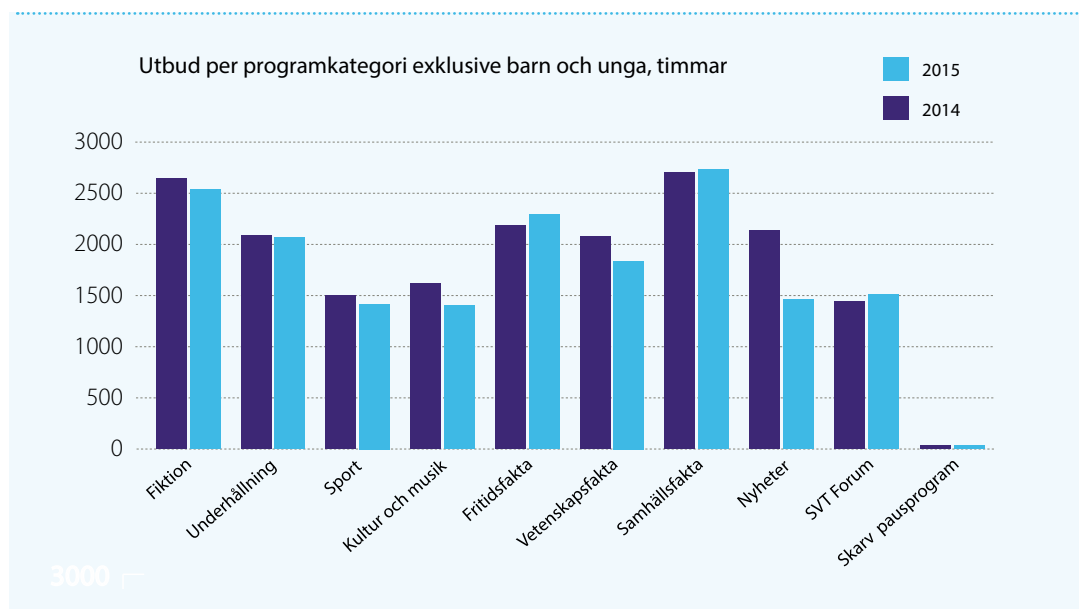
tv-kanaler i Sverige och att SVT1 och SVT2 uppvisar en ungefär lika stor andel informationsinriktade och underhållningsinriktade program. Han visar också att bredden har varit relativt konstant under de senaste tio åren.

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

### Internet

SVT:s målsättning är att det internetbaserade utbudet ska spegla utbudet i broadcast. De program som sänds i de särskilda livekanalerna är koncentrerade till nyheter och sport, medan play-tjänstens programarkiv i högre grad består av program som har ett stort värde även över tid. Nyheter utgörs av extrasändningar som genomförs i samband med större nyhetshändelser i världen, i Sverige och lokalt. Sportsändningarna består av rättigheter som antingen inte kan utnyttjas i de ordinarie sändningarna på grund av att det inte finns några tillgängliga kanaler eller att man anser att riktigt smala





sporter når sin publik bättre genom en unik webbsändning. Det förekommer också en del unika sändningar före och efter en del underhållningsprogram som exempelvis *Melodifestivalen* och *Allsång på Skansen*.

Tillgängliggörandet av program på SVT Play, SVT Flow (fram till april), Öppet arkiv och Barnkanalen inkluderar samtliga programkategorier och är en ren spegling av utbudet i broadcast. Det förekommer allt mer sällan att några program enbart produceras för webben men däremot behöver inte alltid den första publiceringen ske i broadcast.



Melodifestivalen Vinnaren Måns Zelmerlöw med bidraget "Heroes". Foto: Stina Stjernkvist



# Särskilda uppdrag och målgrupper

## 7.1 Mångfald och spegling

För att vara relevant medieaktör för en majoritet av befolkningen så är det väsentligt att människor med olika bakgrund medverkar i programutbudet och i arbetet med att producera dem. I sändningstillståndet står det att programverksamheten som helhet ska bedrivas ur ett jämställdhets- och mångfaldsperspektiv. Det är därför en prioriterad verksamhet inom SVT. Arbetet är mångfasetterat och bedrivs såväl i programarbetet som genom exempelvis rekrytering och utbildning.

SVT förnyade sin mångfaldspolicy under året. Den formuleras enligt nedan:

- SVT är till för alla. Alla människor är lika mycket värda.
- SVT:s program ska spegla befolkningens olika behov, intressen, perspektiv och åsikter. Alla ska känna igen sig i SVT:s utbud.
- När vi anställer personal ska vi alltid tänka på att ha ett brett spektrum av kompeten-

*ser och erfarenheter. Varje enskild rekrytering ska föra in ny kunskap om vår publik.*

- *Alla ska känna sig trygga på SVT, diskriminering i alla former ska motverkas.*
- *SVT välkomnar olikheter med hänsyn till ålder, kön, könsidentitet eller annat uttryck, etnicitet, religion eller andra övertygelser, sexuell orientering, funktionsnedsättning och behov av tillgänglighet. Hänsyn ska också tas till sociala och regionala aspekter.*
- *Sveriges befolkning ska avspeglas i såväl utbud som i sammansättning av vår personal.*

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

Utifrån mångfaldspolicyn har en speglingsstrategi skapats. SVT:s övergri-

pande mål gällande mångfald och spegling är enligt strategin att andelen som anser att SVT speglar hela Sverige ska öka. Det innebär bland annat att inom tre år ska minst 7 av 10 av befolkningen anse att:

- *SVT speglar mångfalden av människor i det svenska samhället, 66 % (66 %)*
  - *SVT har en jämställd fördelning mellan kvinnor och män, 68 % (62 %)*
  - *SVT har nyheter, innehåll och medverkan från alla delar av landet, 64 % (68 %)*
- Siffror inom parentes avser 2014.

Ännu återstår mycket arbete för att klara de högt ställda målen och arbetet med det fortlöper i hela organisationen enligt nedanstående beskrivningar. SVT avser att följa upp denna mätning årligen med målet att andelstalen succesivt ska öka. Det är något för tidigt att dra slutsatser kring dessa attityder efter endast två mätningar.



Dokument utifrån Flykten 2015

Handlingsplanen är uppdelad i fyra ansvarsområden:

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

Varje ansvarsområde har en tydlig delegation i organisationen med uppgiften att skapa mål och aktiviteter för verksamheten. Det kan exempelvis handla om att mångfaldsplaner ska tas fram för utbudet inom varje programgenre, att samtliga ansvarsprofiler ska ses över och att kompetensbaserad rekrytering tillämpas i samtliga rekryteringar eller att samtliga policys ska ses över med ett normkritiskt perspektiv.

Vissa redaktioner har dessutom tillämpat egna metoder för att öka mångfalden i programutbudet. Som exempel kan nämnas barnredaktionen i Stockholm som arbetar aktivt med

mångfaldschecklistor som bland annat omfattar medverkande med funktionsnedsättning.

Att mäta mångfald i programutbudet är en komplex uppgift som om det skulle göras på SVT:s hela programutbud skulle kräva omfattande resurser. SVT har även under ett decenniums tid i flera olika former tagit initiativ till och deltagit i flera försök kring mätningar och kan konstatera att generella utbudsmätningar av det slaget är behäftade med djupa metodologiska och etiska problem.

Enskilda redaktioner gör mätningar i första hand för den egna uppföljningen. SVT betraktar dessa mätningar som redaktionellt material. Mätningarna syftar till att blottlägga brister och blir då bra förändringsverktyg i arbetet att öka mångfalden. Vad gäller helheten så fokuserar SVT dock på mätning av publikens upplevelse av mångfalden i SVT och inte förekomst i rutan.

Under året har Allmän-tv divisionen fortsatt driva sitt talang- och mångfaldsprojekt. Prioriterat har varit insatser gällande breddad representativitet och ökad inkludering av personal utifrån olika mångfaldsperspektiv. Projektet har resulterat i att ännu ett trettiotal talanger rekryterats. Utöver detta har samtliga redaktörer och programledare inom divisionen genomgått en utbildningsdag med fokus på Sverigespeglning och likabehandling arrangerad av Fryshuset i Stockholm.

Divisionen har fortsatt utveckla sitt nätverksbyggande och har nu etablerat kontaktytor med över 60 nätverksorganisationer runt om i landet. Tillsammans med dessa har respektive produktionsort genomfört olika aktiviteter, exempelvis *Uppdrag Granskings* möte och samarbete med Angeredsgymnasiet i Göteborg. I Stockholm hölls ett medborgarmöte i Tensta för att ta del av olika

perspektiv på SVT och vår relevans och angelägenhet för dem som bor i området. Både i Malmö och Göteborg har motsvarande möten hållits. Samtliga fyra produktionsorter har genomfört *speed-dejting* under året med fokus på att upptäcka nya kompetenser och nya talanger. Detta har bland annat genomförts i samarbete med Arbetsförmedlingen Kultur Media. Utöver detta har SVT deltagit i ett 15-tal andra evenemang såsom arbetsmarknadsdagar, jobbtorgsmöten, innovationsworkshopar, kulturdagar och paneldiskussioner kopplade till mångfaldsfrågor.

SVT arbetar också sedan några år med att systematiskt få in likabehandling-, spegling och mångfaldsaspekter i alla programprojekt inom allmän-tv utbudet. Ett exempel på det är att vid varje programprojekts uppstartsmöte ansvarar projektledaren för att redaktionen går igenom SVT:s Sverigespeglings och likabehandlingsdokument och dess åtta mångfaldsaspekter. Redaktionen gör, tillsammans med projektledaren, en bedömning om vilka mångfaldsaspekter som är relevanta att arbeta med för det specifika programmet.

Arbetet följs upp löpande. Under årets första kvartal ansvarar varje programchef för att summera tidigare års utfall, redovisa goda exempel och definiera fortsatta utmaningar. Dessa insikter blir underlag för prioriterade aktiviteter och åtgärder under kommande år i samtal med beställare, programledning och divisionsledning.

Mångfaldsarbetet inom Nyhetsdivisionen bedrivs i hela organisationen, både lokalt och i den rikstäckande programverksamheten. Enligt divisionens mångfaldsplan ska arbetet integreras i hela verksamheten i programbeställning, rekrytering och vardagliga beslut. Målet för detta återkommande mångfaldsarbete är att fortsätta att utveckla och förändra invanda, oftast omedvetna värderingar.

Som ett led i detta arbete har SVT

Nyheter tagit fram ett dokument med förslag på formuleringar kring mångfaldsbegrepp. Dokumentet ska vara ett stöd i det journalistiska arbetet.

Samtidigt har SVT Nyheter utvecklat arbetet på rekryteringsområdet. Hösten 2014 fattade riksnyheterna 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 på längre sikt.

Den stora regionalomläggningen har också medfört att ännu fler platser och människor i Sverige speglas även i riksnyhetssändningarna.

SVT har även genomfört 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, ur det här perspektivet, ser ut på SVT. Mätningen visade att det inte finns några stora skillnader mellan de olika divisionerna och det finns inte heller några större skillnader mellan tillsvidare- och visstidsanställda. SVT har en lägre andel medarbetare med utländsk bakgrund än befolkningen i stort.

Mätningen av utländsk bakgrund (minst en förälder är född utomlands) visade att 20 % av SVT:s anställda föll inom den kategorin (19 % 2014). För Sveriges befolkning är den siffran 30 %. Mätningen följs upp årligen och målet är att SVT:s personalsammansättning i framtiden bättre ska spegla befolkningen i hela landet avseende utländsk bakgrund.

### **Allmänproduktion – 55-procentskravet**

För att säkerställa att SVT speglar hela landet har SVT en omfattande produktion utanför Stockholm. Genom att sprida produktionen över landet kan

många producenter och medverkande aktivt bidra till att olika yttringar och värderingar synliggörs i utbudet. Allmänproduktionen är förlagd till fyra orter, Malmö, Göteborg, Stockholm och Umeå. Utöver de fyra produktionsorterna 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.

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

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

SVT:s andel produktion utanför Stockholm under 2015 var 56 procent (58 procent 2014) vilket innebär att SVT levt upp till villkoret.

## 7.2 Nyheter och samhällsbevakning

Nyhets- och samhällsprogrammen utgör en central del av SVT:s verksamhet. Verksamheten strävar efter att vara en av Sveriges trovärdigaste nyhetsleverantörer. Målsättningen är att via ett brett spektrum av nationella, regionala, lokala, minoritets-, barn- och ämnesspecifika nyhetsprogram skapa en mångfald av urval, analyser, kommentarer och granskning.

### Nyheter

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

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

Samtliga nyhetssändningar har självständiga redaktörer som präglar respektive sändnings innehåll och tilltal.

Med grund i en analys gjord 2015 av nyhetsverksamheten inleddes arbetet att bättre spegla hela Sverige. Detta sker genom att driva långsiktiga frågor som rekrytering, perspektiv och ämnesval i bevakningen samt ett medvetandegö-

rande av redaktionernas egen värdegrund. SVT:s journalistik präglas såväl i det snabba rapporterandet som i det granskande och fördjupande arbetet av mångfald, publikdialog och analys. SVT:s nyhetsverksamhet ligger i framkant när det gäller att göra omfattande analyser i samarbete med publiken med hjälp av ny teknologi. Analysen av svenskarnas bredbandsuppkoppling och hur operatörerna levde upp till sina löften är en sådan analys där cirka 70 000 svenskar deltog i undersökningen och bidrog via sociala medier med sina egna erfarenheter. Sammantaget ledde satsningen till 100-tals inslag och artiklar i såväl nationella som regionala sändningar. Detta gör sannolikt experimentet till en av de största samordnade redaktionella satsningarna i svensk journalistikhistoria.

Sveriges Televisions regionala nyhetsverksamhet har sedan slutet av 1960-talet varit väsentlig för företagets förankring i hela landet.

Under 2013 och 2014 genomförde SVT ett omfattande förändringsarbete för att utveckla den regionala nyhetsbevakningen och göra den mer lokal. Den 12:e april år 2015 sjösattes den nya organisationen. Tabblån lades om och alla regionala nyhetsredaktioner fick nya sändningstider och programuppdrag då SVT gick från 11 regionala nyhetsprogram och sajter till 21 egna regionala nyhetsprogram och sajter. Varje program förutom nyhetsprogrammen från Helsingborg och Södertälje har sin egen ansvarige utgivare.

Ett 70-tal nya journalister anställdes och 400 medarbetare genomgick olika specialskräddade kompetensutvecklingsprogram. SVT har ökat närvaron till 33 orter i Sverige.

Under 2015 utökades produktionen av regionala nyheter i regionala kanalfönster till 3 188 timmar vilket motsvarar 172 timmar ur ett tittarperspektiv.

SVT:s utbyggnad av nyhetsverksamheten har som målsättning att skapa

en bättre bevakning av hela Sverige, inte minst i tätbefolkade förorter och delar av landet som riskerar att hamna i medieskugga.

Ett tydligt exempel på hur denna ambition förverkligas är redaktionen för nyhetsprogrammet *SVT Nyheter Södertälje* som skapades i samband med lanseringen. Med SVT:s kanske mest lokala sändningar (i de primära kommunerna för den tänkta målgruppen Södertälje, Nykvarn och Salem bor drygt 100 000 invånare) har redaktionen på kort tid kunnat kliva fram och bli ett viktigt bidrag i det lokala medielandskapet. Under året har SVT också förberett en etablering i Järvaområdet utanför centrala Stockholm. Där placeras en redaktion som ska ha ett särskilt fokus på Stockholms ytterstadsområden. En liknande satsning planeras att genomföras under 2016 i Göteborgsförorten Angered. Även i Helsingborg inrättades en helt ny redaktion.

Den största satsningen skedde dock utanför storstäderna genom den ökade nedbrytningen i ytterligare editioner som också generellt innebar en förstärkning av antalet journalister för de orter som tidigare haft få. För Blekinge, Jämtland, Halland, Västmanland, Södermanland, Jönköpings län, Uppsala, Gävleborg innebär nedbrytningen att publicistiken kommer att styras lokalt istället för som tidigare från huvudorter i angränsande län. För län som Västernorrland, Östergötland, Kalmar/Kronoberg, Dalarna, Örebro innebär förändringen attt urvalet kommer att vara mer relevant för den lokala publiken, eftersom sändningarna inte längre behöver tillgodose behoven i angränsande län.

I samband med omstruktureringen av SVT:s regionala verksamhet lades tabblån för förkvällen om för att bättre svara mot publika behov. Tablåförändringen fick omedelbart positiva effekter. De regionala nyheterna ökade med nära 400 000 tittare per dag jämfört med den



Dokument utifrån USA:s hemliga knarkkrig Foto: BBC

föregående tablån. *Kulturnyheter* och *Sportnytt* fick en kraftigt ökad publik och *Sverige idag* har en fortsatt positiv publik utveckling.

Utrikesbevakningen under år 2015 dominerades av terrordåd i Paris, Köpenhamn, Turkiet, Bangkok och Tunisien samt av kriget i Syrien och dess följder för civilbefolkningen och för EU. Europa var i bevakningens centrum. 633 inslag i Rapport och Aktuellt handlade om Europafrågor, det är tre gånger fler än inslag från Mellanöstern och fem gånger fler inslag än från USA. Under året gjordes reportage från 80 olika länder. Redaktionen har även följt upp stora händelser som jordbävningen i Nepal, Ebolasmittan i Västafrika och gjort många återbesök hos flyktingar i Turkiet, Libanon och Jordanien. Flyktingfrågan under andra halvan av 2015 var den enskilt mest belysta frågan.

### Samhällsprogram

SVT strävar efter att vara Sveriges ledande leverantör av kvalitetsjournalistik. Detta kommer till uttryck i den mångfald av nyhets- och samhällsprogram som sänds i SVT:s kanaler. SVT:s samhällsutbud ska vara inkluderande och ge en mångfald av perspektiv. Programmen ska vara undersökande och gå på djupet. En väsentlig utgångspunkt är att samhällsjournalistiken har ett starkt förtroende hos det svenska folket. Trovärdigheten i utbudet sätts alltid i första rummet och ska bibehållas och stärkas.

Inför 2015 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. SVT har också vinnlagt sig om att i större utsträckning vara tillgängligt för personer som saknar högskoleutbildning. Ur ett innehållsperspektiv har ämnesvalen handlat om det svenska samhällets utveckling och skillnaderna mellan land och stad samt det spänningsfält som kretsar kring invandring.

Under året har det varit väsentligt att skapa ett genomslag för de större satsningar som görs som har stor samhällsrelevans och skapar nytta för samhället. Programinitiativen ska beröra så många människor i vardagen som möjligt och skapa individuell nytta. Satsningarna har också strävat efter att ge utrymme till dialog och interaktivitet. Detta har skett med en särskild koordinering av verksamheten och över de olika plattformar och tilltal SVT använder i traditionell tv, webb-verksamhet och sociala medier.



Frågeställningar om människors lika värde behandlades i *Fosterland*, som belönades med tv-priset Kristallen, och i två särskilda *Uppdrag granskning*-program.

Satsningen *#ettsverige* var en omfattande och sedermera prisbelönt satsning för att spegla och jämföra Sverige i olika avseenden. Satsningen kombinerades med programmen *Delat land* och *Studiodebatt* som sändes från Umeå. Den innehöll också många interaktiva moment via sociala medier och webbtjänster. Taggen *#flykt* användes under den pågående flyktingkrisen. Nyhetsinslag, sociala medier, extrainsatta program och en helkväll i SVT2 var exempel på aktiviteter för att skapa genomslag och öka den samlade förståelsen av den pågående händelseutvecklingen.

*Morgans mission* var en programserie om mobbning som kombinerades med en omfattande aktivitet över sociala medier under *#mobbning* samt nyhetsinslag såväl nationellt som regionalt och *Absolut svensk* handlade om vardagsrasism samt interaktivitet i sociala medier via *#vardagsrasism*. Andra viktiga ämnen togs upp i *Djävulsdansen* som var en serie om att leva med nära anhöriga med missbruk och *Mina två liv*, en serie om att leva med bipolaritet.

### 7.3 Kulturuppdraget

SVT ska förmedla ett kulturutbud som ska fördjupas, utvecklas och vidgas under tillståndssperioden. Under året har SVT särskilt fördjupat, utvecklat och vidgat utbudet genom den fortsatta satsningen på drama, det nya åtagandet för svensk film samt genom förbättrade sändningstider för kulturnyheter som lett till en ökad publik för programmen. Det kan uppfyllas på många olika sätt, alltifrån genom att producera nya program till att hitta ny publik som normalt



**Mina två liv** Ann Heberlein möter personer med bipolär sjukdom Foto: Janne Danielsson

inte tar del av SVT:s kulturutbud. Redovisningen fokuserar på att beskriva hur utbudet formats och utvecklats under 2015 enligt det tredelade uppdraget.

#### 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, veckomagasinet 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 *K-special* som sänder varje vecka året runt. Under året visades *Doreen kommer hem* där Doreen Månsson uppmärksammar att det är 50 år sedan beslut togs i riksdagen att bygga en

miljon bostäder, det som kom att kallas miljonprogrammet. I serien möter hon kulturpersonligheter som bor och verkar i dessa förstäder runt om i Sverige. *Kultur i farozonen* var ett genreöverskridande reseprogram som vill belysa kultur som betyder allt för dem som utövar den.

I SVT1 ligger fokus på att även den mer kulturovana publiken ska erbjudas ett mer introducerande kulturutbud. Här utgår programmen ofta från populära kulturyttringar och programprofiler för att på den vägen nå fram till fördjupande samtal och kulturella upplevelser. Stor uppmärksamhet fick *Alla är fotografer* där Henrik Schyffert och Johan Rheborg själva fick lektioner i fotografi för att uppmuntra andra till att lära sig mer om grundläggande fotokunskap. Här kan också nämnas *Klippans karaokecup* som speglar vilken betydelse kultur kan ha för människor och deras behov av att, i detta fall genom musik, få uttrycka sina känslor och livserfarenheter. *Deckarna* var en programserie där några av våra mest kända deckarförfattare samtalade om författandet och om deras drivkrafter och svårigheter. Även *Jills veranda* fick en andra uppskattad säsong med både

kända och mer okända artister.

Andra relevanta programexempel i sammanhanget är *Sverige!* som varje lördag bjuder på intressanta samtal med aktuella kulturpersonligheter. Som komplement till detta bevakas kultur löpande i exempelvis *Gomorron Sverige* i såväl inslag som den stående Kulturpanelen och i *Go'kväll* som sänder många inslag om kultur liksom en kontinuerlig bevakning av både litteratur och teater. 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.

Vad gäller den mer specifikt granskande kulturjournalistiken förekommer den framförallt i *Kulturnyheter* som numera både sänds inom ramen för Aktuellt och på förkvällen i SVT1.

### Egenproduktion och samarbeten

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. SVT producerade, själva eller i samarbete med externa producenter, ett betydande antal dramatiseringar. I SVT:s drama synliggörs flera delar av landet i och med inspelningar runt om i Sverige. Så gott som all kvalitetsdramatik som produceras av de nordiska public service-bolagen sänds också i SVT:s kanaler.

Över hela världen ökar intresset och produktionen av kvalitetsdrama och det gäller även i Sverige. En mycket uppskattad dramaserie av såväl publik som recensenter var *Jordkott*. Serien hade redan innan produktion sålts till en mängd europeiska länder. En annan uppmärksam och belönad serie var *Bron III* som lyckades utveckla både intrig

och karaktärer. Överlag så uppmärksammas svensk dramatik allt mer internationellt. Både *Bron* och *Äkta människor* görs i ett flertal länder som så kallade remakes, något som är ett bra bevis på hur dramaproduktionen utvecklats i Sverige de senaste åren.

Av de 50 till 60 timmar drama som sändes bör också nämnas filmatiseringen av Leif GW Perssons *Fjärde mannen*, Klas Östergrens *Gentlemen* och inte minst den mycket populära *Fröken Frimans krig* om kvinnorörelsen i Sverige i början av 1900-talet.

Bland dramaproduktionerna från våra grannländer så utmärker sig Norge som en ny viktig producent med serier som *Ögonvittne* och *Frikänd*. Från Danmark kom en ny omgång av *Arvingarna* och Finland bidrog med *Tellus*.

Men produktion av kultur gäller inte bara drama. Satsningen på *Edit* som är ett sätt att låta nya kulturpersonligheter komma till tals och att hitta en ny ung publik. Produktionen vilar på tre ben, tv-programmet, en egen sajt samt aktiviteter på sociala medier.

Utöver den egna produktionen eller samarbetena visas en stor mängd rena programinköp från andra delar av världen. Publiken har under 2015 visat ett starkt intresse för inköpta dramatiseringar *Downton Abbey*, *True Detective* och *Grantchester*. Men även smalare icke anglosaxiska titlar har en ökande och trogen publik. Bland dessa fick tittarna ta del av det italienska dramat *Gomorra*, tyska *Weissensee* och *Tannbach*, franska *Gengångare*, *En liten fransk stad* och *I ondskans spår*.

### 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. Under 2015 har SVT samarbetat med 28 olika kulturinstitutioner inom teater, musik och dans i hela landet som resulterat i 59 sändningar. Det gäller samarbeten med de statliga kulturinstitutionerna, privatteatrar och mindre kulturföreningar. Under året kan nämnas samarbeten med Norrlandsoperan, Stora teatern i Göteborg och Malmö opera.

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.

### Bidrag till svensk filmproduktion

Under 2015 lämnade SVT ett fast bidrag till SFI på 44,2 miljoner kronor. Samtidigt har SVT deltagit i samproduktioner motsvarande minst det beloppet. Exempel på filmer som sändes under 2015 där SVT varit samproducent var Anna Odells *Återkomsten*, *Små citroner gula* av Teresa Fabik och *Hotell* av Lisa Langseth. Dessutom visades ett flertal barnfilmer i Barnkanalen.

Årligen görs också specialsatsningar på film. Detta år visades alla Lukas Moodyssons filmer under några veckor och många av Ingrid Bermans filmer visades i anslutning till hennes 100-årsdag.

Svensk film, som utgör en central del av SVT:s kultur-, fiktion- och dokumentära utbud, står inför en stor omställning, samtidigt som svensk film har förlorat i position. SVT har ensidigt åtagit sig att garantera 100 miljoner kronor årligen för svensk film under perioden 2017-19, vilket innebär en betydande ökning av SVT:s ansvarstagande på området. SVT har inlett samtal med andra aktörer i filmbranschen, såväl kreatörer och producenter som finansörer och distributörer i syfte att utveckla formerna



för hur SVT på bästa sätt kan bidra. Utgångspunkten för SVT:s omläggning är publikens möjligheter att ta del av svensk film.

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

## 7.4 Barn och unga

SVT tolkar uppdraget så att 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.

Programmen ska ge upplevelser och kunskap och inspirera till engagemang, aktivitet och reflektion. Utbudet ska stärka barn och ungas identitet som individer i ett demokratiskt samhälle. Det ska

vara nyskapande och förmedla innehåll från olika delar av Sverige och världen.

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

### Barn

Barnkanalen är Sveriges största kanal som vänder sig till barnen. Totalt sändes nästan 5 500 timmar barnprogram som vänder sig till barn under 15 år. Programmen startar redan 05.30 och slutar 21.00. Under morgon- och kvällstimmarna sänds framför allt nyproducerade program på svenska medan det under dagtid sänds svenska repriser samt utländska program som dubbats till svenska. De utländska programmen utgörs till största del av repriser.

Barnprogrammen ska förmedla nyheter och fakta samt kulturella och konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen och samtidigt ha

en omfattande nyproduktion och egen produktion av program. Nedan visas en tabell över hur de nyproducerade programmen fördelar sig i de olika kategorierna.

Fyra dagar i veckan sänds ett rent nyhetsprogram för barnen, *Lilla Aktuellt* i samarbete med UR, som tar upp aktuella nyheter och händelser från Sverige och världen direkt anpassat för barnpubliken. En mycket stor del av barnprogrammen är faktainriktade och bidrar till att på ett lekfullt och stimulerande sätt sprida kunskap. Det gäller program som *Evas känslokoll* där man får lära sig om människans olika känslor och konsumentprogrammet *Rea. Museet* som är ett tävlingsprogram för barnen som utspelar sig bland såväl riktiga som skapade museer. Årets julkalender, *Tusen år till julafton*, var inte en traditionell dramaproduktion utan var helt inriktad på att förmedla kunskap.

## Barn och unga förstasändningar

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

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

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

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

Den berättade om hur barn och vuxna levt under tusen år; om skillnader i levnadsstandard, hur man försörjde sig och vad man åt under olika tidsepoker. Det totala utbudet för denna typ av program har ökat jämfört med 2014.

Några av årets stora satsningar inom dramaområdet var *Min bror kollokungen* och *Familjen Rysberg*. Det visades också ett antal nya tecknade svenska produktioner så som *Bamse och tjuvstaden*, *Prick och Fläck* samt *Emil och Ida i Lönneberga*. SVT lämnade EBU-samarbetet med *Lilla melodifestivalen* och valde istället att satsa på en egen musiktävling för barnen, *Supershowen*. Inom ramen för *Bolibompa* och *Sommarlov* ges också många möjligheter till kulturella upplevelser i form av musik och sketcher. Med det stora antalet inköp visas många kulturella upplevelser från hela världen.

## 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. Men under 2015 har programmen i broadcast ökat markant jämfört med 2014.

En av de stora nyheterna är att efter att Barnkanalen förlängdes till att sända till 21.00 så sänds numera *Lilla Aktuellt* fyra dagar i veckan med en specialversion särskilt riktad till unga mellan 12 och 15 år. Under året gjordes en särskild satsning från Afghanistan. Det bör också nämnas att Barnkanalen har fått en äldre publik i och med förlängningen som är inriktad på yngre tonåringar.

Under året har kulturen fått en ny satsning mot en yngre vuxen målgrupp

18–30. Programmet uppstår på flera plattformar och är utformat från unga människors vanor att ta till sig tv/video. *Edit* har ett tydligt mångfaldsperspektiv samt ett specifikt uppdrag att öppna SVT för nya talanger inom kulturområdet. Ur detta skapades tv-programmet *Edit Dirawi* som var en serie med fördjupade intervjuer med aktuella kulturpersoner. Under året sändes också direkt från såväl *Dreamhack* som *SM i Cosplay*.

Årets *Musikhjälpen* sändes från Linköping och samlade i år in 31 miljoner kronor till klimatforskningen, ett nytt rekord. Programmet som sändes i över 100 timmar i broadcast tog upp klimathotet ur ett flertal perspektiv och varvades med intervjuer, livespelningar och tittarnas önskemusik dygnet runt.

Två större satsningar sändes inom dramaområdet. Den uppmärksammade serien *Boys* och en serie kallad *Vikingshill*. En annan satsning inom kulturområdet har varit *MVH Talkshow* som är tv-versionen av webbsatsningen. Sedan 2015 så är nu SVT24:s utbud helt inriktat på att vända sig till denna målgrupp med såväl svenska som utländska program.

## Utveckling för äldre barn och unga

SVT har i uppdrag att särskilt utveckla och förnya utbudet för de lite äldre barnen. Detta sker genom att äldre beprövade titlar förnyas årligen och helt nya titlar tillkommer. Under året kan särskilt nämnas en specialversion av *Vem vet mest* och *Morgonshowen*, som sänds dagligen, som särskilt riktade sig till de äldre barnen. Men det är inte enbart nya program som kan räknas in som särskild satsning utan också vidareutveckling av befintliga titlar. För 2015 gällde det bland annat tävlingsprogrammet *Labyrint* och *Fixa rummet*.

För unga har det som ovan beskrivits skett en markant ökning av program som riktar sig till målgruppen och som sänts i broadcast. Det gäller både förlängningen av Barnkanalen med en



timme och att SVT24 tydligare vänder sig mot denna målgrupp.

### Produktionstyper för utbudet för barn och unga

Av det totala förstasända utbudet för barn och unga utgjorde knappt två tredjedelar ett svenskproducerat utbud (se tabellerna ovan). Den absolut största delen av det utbudet var helt egenproducerat eller som i Musikhjälpens fall producerat tillsammans med SR. Några produktioner har också gjorts som produktionsutläggningar och samproduktioner där SVT har haft ett helt avgörande inflytande. Resultatet blev att 652 timmar av totalt 1 037 timmar (63 %) för barn och unga nyproducerades av SVT eller där SVT haft ett stort inflytande.

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

## 7.5 Tillgänglighet

Tillgänglighet är en högt prioriterad fråga för SVT. Företaget söker ta hänsyn till att varje individ har olika förutsättningar att ta till sig utbudet utifrån skiftande intressen och behov. Anpassning av utbudet görs för att bland annat överbrygga funktionshinder.

Enligt det krav som avser tillgänglighet till tv-sändningar för personer med funktionsnedsättning avseende SVT ska företaget uppfylla vissa kvoter för de olika tillgänglighetstjänsterna. Avseende 2015 så har företaget enligt SVT:s tolkning uppfyllt dessa kvoter. Enligt regeringsbeslutet 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 tek-

niska utvecklingen, inte minst avseende webben, gör att nya sätt att ta del av tillgänglighetstjänster växer fram.

SVT har deltagit i ett pilotprojekt för en språkresursbank. Syftet med projektet är att möjliggöra utökningen av textningen. För detta krävs en ny teknisk lösning för textproduktion vid direktsända program, en så kallad taligenkännings-teknik. I juni 2014 fick PTS ett regeringsuppdrag gällande ett pilotprojekt för att främja utvecklingen av en nationell språkinfrastruktur för talbaserade tjänster. Regeringsuppdraget skulle initialt vara slutredovisat i mars 2016, men har förlängts till mars 2017. För att tillgodose uppdragets syfte på bästa sätt finns två parallella huvudmål, skapandet av en språkresursbank och utvecklandet av en taligenkänningsprototyp för direkttextning av tv-program.

Metoden bygger på en så kallad skuggtalare som läser in den text som ska visas i bild. Skuggtalaren garanterar den publicistiska kontrollen över texten som läggs ut i bild.

SVT har tillsammans med bland annat Dyslexiförbundet deltagit i ett pilotprojekt med syfte att utveckla 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. Utvecklingsarbetet beräknas vara slutfört under första kvartalet 2016.

SVT initierade under 2014 ett brukarråd med deltagare i första hand från olika funktionshindervisorganisationers ungdomsförbund. Verksamheten har fortgått under 2015. Målet med brukar-

rådet är att skapa och fördjupa en dialog om tillgänglighetsfrågor till media och genom det, tillsammans med deltagarna i rådet, utveckla SVT och SVT:s tjänster så att tjänsterna blir så bra som möjligt för så många som möjligt.

Ämnen som diskuterats under året är exempelvis:

- *Teknisk tillgänglighet till SVT Play*
- *SVT:s projekt kring taligenkänning och direkttextning*
- *Möjligheten att exempelvis tillgodogöra sig tillgänglighetstjänster i mobil*
- *Möjligheterna att enkelt söka och hitta tolkade program.*

Brukarrådet har dessutom identifierat följande områden att jobba vidare med:

- *Begriplighet – vikten av att arbeta med att öka begripligheten i texter*
- *Vidgad referensgrupp*
- *Kommunikation*

### **T** Textning

I sin mest självklara form innebär tillgängliggörandet att alla program på annat språk än svenska förses med översättningstext. Även svenska program textas på svenska, en text som tillgängliggörs via text-tv sidan 199, oavsett kanal.

Sändningstillståndet fastslår att SVT under 2015 ska texta samtliga förproducerade och 60 procent av de direktsända programmen. Under året har SVT levererat textning av i stort sett alla förproducerade program, inklusive repriserna av direktsändningar. I vissa repriserna återutsänds textningen som den var i förstasändning (till exempel *Go'kväll*) medan andra bearbetas i efterhand (*Agenda*). Textningen av direktsända program i förstasändning har ökat under året. Ökningen består främst i fler direkttextningar av sportevenemang samt fler textade timmar av det som sänds inom ramen för Forum i SVT2 kl. 09.00–16.20.

Under året har ett nytt system för un-



dertext/programtextning utvecklats och implementerats. Utan detta nya verktyg skulle inte SVT kunna nå upp till kraven i sändningstillståndet på textning.

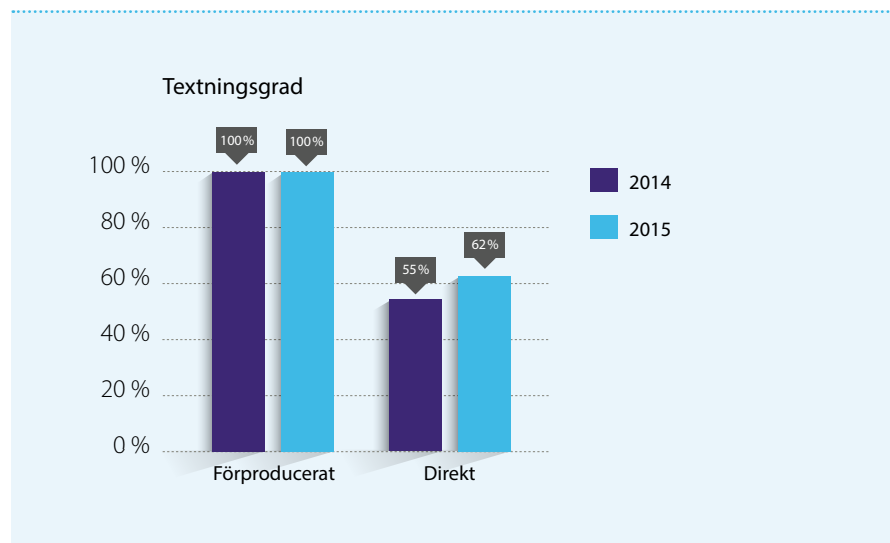
Textningsgraden var under året 100 procent av de förproducerade programmen och 62 procent direkttextades av de direktsända programmen.

## 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 programbild. 2015 teckenspråkstolkades *Melodifestivalens* final. Tolkningen fick stort genomslag både nationellt som internationellt. Andra program som tolkades var bland annat *Julkalendern*, *Köttberget checkar ut*, *Prinsbröllopet* och *Mina två liv*.

SVT teckenspråkstolkade också de extra nyhetssändningarna i samband med de största nyhetshändelserna såsom extrasändningarna från Trollhättan och i samband med dåden i Paris och med det unika i nyhetsbevakningen att tillgängliggöra händelserna på teckenspråk.

SVT har sändt 17 019 timmar program på svenska under 2015. Kravet är att en procent av de programmen ska teckenspråkstolkas vilket motsvarar 170 timmar. SVT har totalt tillgängliggjort 217 timmar teckenspråkstolkade program.



## 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.

Sedan 2011 finns också två ljudfunktioner som stöd för programverksamheten och SVT noterar en tydlig minskning av klagomål sedan ljudfunktionerna inrättades. De två funktionerna är dels en ljudansvarig, dels en ljudteknisk support. Den ljudansvariges ska genomföra regelbundna uppföljningar och rapportera hur ljudarbetet genomförs i praktiken.

## Syntolkning

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

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

## Syn- och teckenspråkstolkning i timmar

	2014		2015	
	Syntolkning	Teckenspråkstolkning	Syntolkning	Teckenspråkstolkning
Sänt broadcast	39	36	76	43
Sänt internet	24	20	21	54
Tillgängligt internet	56	51	77	120
<b>Totalt</b>	<b>119</b>	<b>107</b>	<b>174</b>	<b>217</b>
<b>Mål (andel av svenskt)</b>	<b>88</b>	<b>88</b>	<b>170</b>	<b>170</b>



**Bron** Gabriel Flores Jair som patolog, Sofia Helin som Saga Norén och Thure Lindhardt som Henrik Foto: Carolina Romare/Filmlance International

och i stället lägga in en tolkning om det behövs av tydlighetsskäl.

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

2014 var det första året som SVT har haft ett kvantitativt krav att tillgängliggöra syntolkning. SVT har mött kravet genom att erbjuda ett antal programtitlar med syntolkning, i vissa fall både i SVT 24 och SVT Play, medan några av titlarna har sänts/publicerats enbart på SVT Play. Målsättningen har varit att åstadkomma en god genrebredd i urvalet av program 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 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 *Bron*, *Ängelby*, *Morgans mission* och *Julkalendern*.

SVT har sänt 17 019 timmar program på svenska under 2015. Kravet är att en procent av de programmen ska syntolkas vilket motsvarar 170 timmar. SVT har totalt tillgängliggjort 174 timmar syntolkade program.

### **Uppläst textremsa**

Uppläst textremsa är en teknisk tjänst där en syntetisk röst läser upp översättnings-texten. Tjänsten är främst ett hjälpmedel för synskadade som har svårt att läsa textremsan på utländska program. Upp-läsningen sker simultant med textningen i SVT:s samtliga kanaler.

### **Webb**

Gällande SVT Play så har ett stort utvecklingsarbete skett under 2015 vilket bland annat inneburit ett förbättrat SVT Play,

Barnkanalen, svt.se, SVT Recept och nya videospelaren som nu har ett gott stöd ur ett tillgänglighetsperspektiv. Gemensamt för dessa tjänster är att de fungerar i alla de vanligaste webbläsarna, enheter och skärmläsare som till exempel JAWS och VoiceOver. Färger, kontraster, semantik med mera, följer WCAG 2.0 riktlinjer och det går enkelt att navigera med tangentbord, mus, touch. Syftet med arbetet är att göra det möjligt för alla med olika behov att ta del av SVT:s innehåll.

Den nya videospelaren gör det lättare för till exempel synskadade att navigera och använda. Den är även lättare att vidareutveckla med exempelvis valbara tillgänglighetstjänster i själva spelaren (idag är enbart undertext valbar i spelaren). Även hantering av felmeddelande har förbättrats och möjlighet att se bilder då man navigerar i videons tidslinje.

I SVT Play har det skapats samlings-sidor för teckenspråkiga och syntolkade program.

Tillgänglighetstjänsterna är nu taggade och därmed sökbara, oavsett plattform. Exempelvis kan publiken enkelt hitta alla SVT:s program som har en syntolkad version. Barnkanalen har idag stöd i Barnplay för minoritetsspråk, syntolkade och teckenspråkstolkade program. Dessa program samlas under egna kategorier. Användaren kan enkelt se en lista över de program som man senast tittade på och även få rekommendationer för program i samma kategori, till exempel syntolkade program för den som sett syntolkat material.

På SVT:s nyhetswebb har man ökat textstorleken i artiklar och löp i den nya tekniska plattformen. Det ligger just nu live på de regionala sajterna och kommer under första kvartalet 2016 att rullas ut på hela nyhetstjänsten.

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

### Särskilda målgrupper

Enligt den möjlighet som public service-bolagen har att fördela olika insatser gällande program om och för personer med funktionsnedsättning så har Sveriges Radio sänt programserien *Klarspråk*, ett nyhetsprogram på lätt svenska. UR sände tv-serien *Byggången*, ett teknik-

program för särskolan. SVT har ett utbud som riktar sig till en döv publik, det vill säga personer födda döva eller som blivit döva tidigt i livet.

## 7.6 Minoritetsspråk

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

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

Enligt sändningstillståndet ska SVT:s samlade utbud på samiska, finska, meänkieli och romani chib, sammantaget med SR:s och UR:s utbud, öka årligen jämfört med 2013. Programbolagens utgångspunkt är att uppdragsgivarens avsikt med denna formulering var att underlätta för bolagen att tillsammans erbjuda dessa målgrupper mer.

2014 ökade både SVT och UR tv-

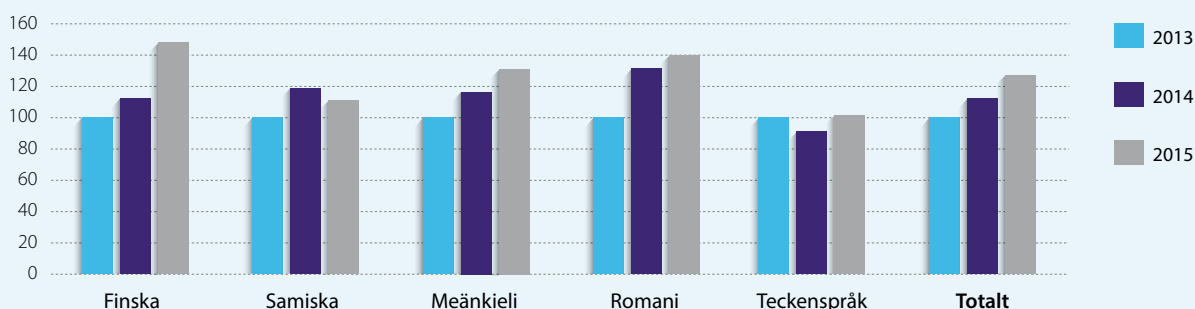
utbudet på fyra språk relativt mycket. Detta var en ändamålsenlig prioritering eftersom radioutbudet under flera år varit väsentligt större. Om man lägger samman alla timmar för de tre bolagen blir den totala ökningen mindre än en procent jämfört med 2013, trots den stora ökningen hos SVT och UR.

Eftersom de tre bolagens utbud på de prioriterade språken är mycket olika stort och har väldigt olika produktionsvärden och förutsättningar, SR:s sänder mer än 100 gånger fler timmar än UR och mer än 10 gånger så många timmar som SVT, är det inte möjligt att göra en rimlig och rättvis bedömning av utvecklingen genom att summera antal timmar.

Med detta sätt att bedöma bolagens sammantagna insatser kommer det inte vara möjligt att uppfylla kravet på betydande ökning, eftersom det stora antalet timmar Sveriges Radio sänder på finska gör att varje ökning på något annat språk eller i något annat bolag helt försvinner i förhållande till det finska utbudet. SR:s omfattande marksända utbud på finska har varit möjligt endast i DAB-nätet som dessutom inte är tillgängligt i hela landet.

För att kunna göra en samlad bedömning av bolagens utbud på de olika språken, använder programbolagen därför ett index. Varje bolags utbud per språk 2013 sätts till 100, sedan räknas indexet

Utveckling av minoritetsspråk, sammantaget alla bolag, index



per bolag och språk upp (eller ner) årligen utifrån förändringen av antalet timmar och därefter tas ett medelvärde av de tre bolagens enskilda index. På detta sätt blir siffrorna jämförbara, och det är möjligt att göra en bedömning av bolagens sammantagna ökning per språk. Under 2015 nådde det sammantagna indexet 126 vilket bolagen anser är en betydande ökning jämfört med 2013 (se tabellen ovan). I bilaga 2 finns mer detaljer som visar hur dessa siffror tagits fram.

Utifrån bolagens delvis olika uppdrag och verksamhet, har bolagen delvis olika målsättningar för respektive språkgrupp under tillståndspérioden.

Utöver denna sammantagna redovisning så redovisar respektive bolag utvecklingen var för sig. Övergripande mål för SVT inom minoritetsspråkutbudet 2015 har varit:

- Minoritetsspråkprogram 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 attrahera en yngre publik, 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.
- Ökningen av utbudet på romani chib och meänkieli ska prioriteras.

SVT har ökat sitt minoritetsspråkutbud inom samiskan, finskan, romani chib, meänkieli samt det teckenspråkiga utbudet. Sammantaget har de totala sändningarna på minoritetsspråk ökat från 559 timmar 2013, till 655 timmar 2015.

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.

Samerna är den enda etniska gruppen inom Europeiska unionens område som betraktas som ursprungsbefolkning och har i egenskap av detta en särställning

(prop. 1976/77:80). SVT har ett stort ansvar när det gäller den samiska kulturens överlevnad och har en viktig roll när det gäller att vårda och utveckla det samiska språket. Det samiska 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.

Dokumentärserien *Sápmi Sisters* vände sig till en bred ung publik och skildrade Maxida och Mimie Märaks liv. De två samiska systrarna är rappare, joykare och skådespelare och Mimie ägnar sig åt poetry slam och spoken word. Båda bor i Jokkmokk men är ofta på resa och kämpar för samernas rätt i alla sammanhang. Programmen åskådliggjorde på ett folkbildande sätt urfolksdebatten och gruvexploateringsens alla frågor.

I dokumentärprogrammet *Sápmi Love* skildrades mångfalden av kärleksrelationer (ur ett HBTQ-perspektiv) inom det samiska samhället. Det sägs att i Sápmi är bröllop extra speciellt, för bröllopsdagen är den dagen i ens liv när man visar sin kärlek för alla man känner. I programmen fick publiken följa två par som ska gifta sig. Även detta program använde

Minoritetsspråk i SVT 2013 och 2015, timmar

2015	Finska		Meänkieli		Samiska		Romani Chib		Teckenspråk		Summa
Målgrupp	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	
Vuxna	102	279	4	15	57	82	6	22	54	114	513
Barn 3–11 år	13	45	0	4	9	27	4	5	12	51	132
Unga 12–19 år									3	10	10
<b>Totalt</b>	<b>115</b>	<b>325</b>	<b>8</b>	<b>19</b>	<b>66</b>	<b>109</b>	<b>10</b>	<b>27</b>	<b>69</b>	<b>175</b>	<b>655</b>

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



Inför Bastubaletten Foto: Massa media

minoritetsspråksgruppens perspektiv men med målgrupp i en bred publik.

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

Roadmovien *Love i Finland* vidgade perspektiven på vad det innebär att tillhöra en minoritet utifrån en person som har sverigefinsk identitet men som inte bär språket. Detta är en erfarenhet som delas av en stor grupp inom minoritetsgrupperna, särskilt bland de unga.

*Vikingshill* är ett ungdomsdrama i åtta avsnitt som behandlar frågor om vänskap, roller och identitet. Elin och hennes mamma har precis flyttat till en ny stad. Redan första dagen i skolan ställs allt på ända. Det visar sig att Elin är på

pricken lik en annan flicka, Rebecka, som manipulerade och styrde sin omgivning. Rebecka försvann under mystiska former fem månader tidigare. Ungdomsserien versionerades 2015 på romani chib och meänkieli.

Under året sändes två samtalsprogram som bland annat handlade om romsk kultur. Programledare var författaren och sångaren Hans Caldaras. Ett av programmen uppmärksammade romernas internationella dag. Dokumentärserien *Ett bättre liv* handlade om romska EU-migranternas kamp i Sverige. Aldrig har så många tiggat på Sveriges gator som nu. Programmet frågade vilka är människorna som kommer hit och vad de hoppas på.

I dokumentärserien *Ett danssteg för livet* fick vi följa döva Victoria Erm från Sverige som tillsammans med estniska biståndsarbetare reser till Kenya för att inspirera funktionshindrade och döva

barn att använda sina kroppar i dans och rörelse. Framför allt för att ändra på attityder om vad du kan eller inte kan göra med ett psykiskt eller fysiskt handikapp.

I reality-serien *Profilerna* mötte publiken fem starka och väldigt olika personligheter och fick se vad som händer när dessa profiler träffas under en intensiv vecka i Göteborgs skärgård. Medverkar gör bland annat Johan som är dövpräst och homosexuell, Gabriel som blev mobbad när han var liten och Olga som är uppvuxen som hörande till döva föräldrar.

Många har fått lämna sina hem och lever i ovisshet om vad som händer deras anhöriga som blivit kvar i byar och städer som attackeras av raketer i Ukraina. I de teckenspråkiga programmen med titeln *Berättelser från Ukraina* skildrades möten med en mängd olika människor som på alla olika sätt har drabbats av den pågående krisen i Ukraina.



SVT har haft som uttalad ambition att med utgångspunkt i minoritetsspråksprogrammen söka nå en bredare publik utanför minoritetsspråksgruppen framför allt inom områden såsom kultur, samhälle och fakta. Enskilda berättelser kan väva större bilder som fler i landet kan känna igen sig i.

Två exempel är dels dokumentären *Tärendö - Kallas hemma* som handlade om avfolkning och hur man håller lågan vid liv. På liknande tema sändes också programmet *Malmen finns ändå där*, en berättelse om avfolkning efter gruvkonkursen i Pajala.

I programmet *Inför Bastubaletten* mötte publiken fem manliga profiler från Tornedalen som vill försöka sätta upp en bastubalett. Ett normbrytande och perspektivförskjutande program där mannen är objektet och kvinnan är det berättande och koreograferande subjektet. Under 2016 sänds fortsättningen av serien Bastubaletten.

Gällande minoritetsspråksnyheterna så har olika redaktionella satsningar gjorts. *Nyhetstecken* gjorde en granskning om sämre betyg på dövskolor och belyste betygsnivåer på specialskolorna för döva. Resultatet visade att betygsnivåerna på dessa skolor ligger långt under riksgenomsnittet. Något som Specialpedagogiska skolmyndigheten nu fått i uppdrag undersöka. Ett annat exempel är flytten av barnen på förskolan Kattungen i Örebro, en nyhet som berörde och engagerade många i målgruppen.

*Oöðasat* gjorde en fördjupad bevakning i samarbete med Sameradion då Sverige utfrågades av FN i Geneve kring frågor om hur samerna hanteras av svenska staten. *Oöðasat* och SR Sameradion var först ut att rapportera om renplågeri. En granskning gjordes som sedan togs upp i flera andra medier. Rättegången mellan Girjas sameby och staten bevakades med fokus på snabb rapportering, men även analys och

fördjupning av en unik rättsligtvis, om fiske- och jakträttigheter.

SVT 2 sänder finskspråkiga nyheter *Uutiset* alla vardagar. *Uutiset* bevakade under våren det finska riksdagsvalet och granskade valintresset och deltagandet bland de röstberättigade i Sverige.

Inom ramen för SVT:s webbtjänst Öppet arkiv har ett stort antal minoritetsspråksprogram tillgängliggjorts under året. Volymen tillgängliggjorda program har ökat med 13,5 timmar under 2015: teckenspråk 64, finska 21, samiska 12, meänkieli 7,5, romani 3 och jiddisch 0,5 timmar.

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

## Barn och unga

SVT ska ta särskild hänsyn till de språkliga behoven hos barn och unga som tillhör de nationella minoritetsgrupperna. Under 2015 har SVT särskilt prioriterat barn och ungas behov av språklig revitalisering genom att låta de allra flesta programmen vara tvåspråkiga. På så sätt underlättas för tittarna att både kunna ta del av programmen liksom att tillgodogöra sig de olika språken.

Barnprogrammen på meänkieli är ett exempel på hur SVT har utvecklat befintliga titlar. Programmet *Fieteri* fick ny inriktning 2014 där reportage med barn är huvudingrediens i programmen. *Fieteri* har fortsatt utvecklats och satsade under året på att locka fram de yngstas nyfikenhet till språket.

SVT har under året utvecklat en webbsida för barnutbudet på meänkieli som lanseras i januari 2016. Webbsidan kommer att erbjuda ett varierat innehåll, bland annat språklekar för att bjuda in nya barn som inte behärskar språket ännu.

SVT har också startat en Facebooksida, SVT Meänkieli, som snabbt blivit

populär med många följare och har möjliggjort en bra dialog med publiken.

Barnserien *Tjena Chavale* som sänds på romani chib, nylanserades under 2014 och 2015 sändes en fortsättning. Virginia Andrasz har nu blivit en profil hos barnpubliken och programmet har fått nära 500 ansökningar från barn som vill medverka i programmet.

Gällande de samiska barnprogrammen har SVT vidareutvecklat *Hejolojla* och de språklekar som programmet bygger på. Genom ramsor och visuella lekar lär sig barnen de samiska bokstäverna och ord. Allt samlas på barnkanalen.se och ska bilda ett stort bibliotek för de som vill bekanta sig med de samiska språken.

För de teckenspråkiga barnen sändes bland annat serien *Ett skräpprogram*. Tommy och hans son Levi 4 år röjer i förrådet. Det är mycket som bör kastas. Men Levi vill nästan inte kasta något, han gillar alla sina gamla prylar.

För de lite äldre teckenspråkiga barnen sändes debattprogrammet *Varför så?* Utgångspunkten för programserien är barnens egna tankar och funderingar kring situationer och händelser i deras vardag. Programmen innehåller en dramatisering där vuxna spelar upp olika jobbiga situationer och en andra del med en programledare som diskuterar med en grupp av barn, varför man ibland uppträder fel och hur man kan göra istället?

För samma målgrupp sändes dramaserien *Cykel-Oskar*. Oskar har en cykelverkstad, inte för att han gillar att reparera cyklar utan för att han älskar cyklar. Han har en klok hund som heter Tjalle och i hönsgården har han två hönor och en tupp, på vinden bor spökena Bengt och Börje.

För en ung teckenspråkig publik sändes *Världskompisar*. Döva är världsborgare och trots att det inte finns något internationellt teckenspråk bygger alla teckenspråk på en visuell logik

## Utomstående medverkan och andra samarbeten, mkr

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

Analys av utläggningsgrader fokuserar i linje med EU-regleringen på området normalt utifrån den del av produktionen där alternativ till egenproduktion regelmässigt förekommer, den så kallade allmänproduktionen (se definition kapitel 7.1). Totalt 1 918 timmar av det totala utbudet räknas som allmänproduktion och av dessa producerades 37 procent i samarbete med eller inköpt av utomstående svensk producent, en ökning med 4 procentenheter jämfört med 2014. 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 dessa samarbeten ökar samtidigt som en något högre andel av SVT:s produktion, inom många programkategorier, läggs ut på produktionsbolag.

Tabellen ovan visar på SVT:s kostnader som går direkt till utomstående enskilda personer eller produktionsbolag. Under de senaste åren har denna del konsekvent ökat vilket också är ett av SVT:s mål. Variationer mellan åren och samarbeten kan och får variera.

## 7.8 Folkbildning

SVT når det stora flertalet medborgare med program som berikar och inspirerar till ny kunskap. Utifrån uppdraget att oberoende sprida kunskap och humanism och att vara en referenspunkt i en föränderlig värld, producerar SVT ett stort antal program med kunskapsrelaterat material. Public service ger

som är universell. Hur lever barnen i världens olika hörn? Programseriens syfte är att öka förståelsen och nyfikenheten för en teckenspråkig värld, utanför den egna.

I dokumentären *Så in i Norden* fick publiken följa med till Dövas Nordiska ungdomsläger I Idre 2014. Här samlades teckenspråkiga ungdomar från alla nordiska länder.

## Program på andra minoritetsspråk

Enligt bolagsöverenskommelsen så har SR ett större ansvar gällande specialanpassat utbud på minoritetsspråk som inte är nationella minoritetsspråk. Utöver detta har SVT sänt program på 40 olika språk under 2015.

## 7.7 Variation i produktionsformer

### 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 2015 var ungefär 60 procent av SVT:s förstasända utbud egenproducerat. Utländska inköp stod för ytterligare 30 procent och produktionsutläggningar och samproduktioner och svenska förvärv svarade för 10 procent av utbudet i SVT. Detta är mycket små skillnader jämfört med 2014.



Sapmi Sisters Foto: META

publiken möjligheter att orientera sig i samhället och möjliggör nya insikter och kunskaper. Ämnesområden som religion, historia, natur och kultur återfinns kontinuerligt i SVT:s utbud. Grunden för SVT:s folkbildande utbud utgörs av nyhets- och samhällsprogram samt olika fakta-, kultur- och vetenskapsprogram. SVT har en mångfald av nyhetsprogram samt olika granskande och fördjupande samhällsprogram med information av folkbildande karaktär. Här kan nämnas *Aktuellt*, *Agenda* och *Dokument utifrån/inifrån*. SVT har en omfattande omvärldsbevakning inte minst genom företagets utrikeskorrespondenter. Deras rapporter syns i den dagliga nyhetsrapporteringen, men i program som *Korrespondenterna* och *Fosterland* erbjuds en ytterligare fördjupad bild av en ibland komplicerad omvärld.

Flera titlar under året har syftat till att sprida kunskap om olika former av sjukdom eller utanförskap. I serien *Mina två liv* förmedlades kunskap och erfarenheter då det gäller bipolär sjukdom som är en av de vanligaste psykiska sjukdomarna.

*Morgans mission* handlade om mobbningsens destruktiva handlingsmönster. I dokumentärserien *Den som får finnas* mötte publiken nio unga människor med Aspergers syndrom som berättade om det utanförskap som alla känt och hur de försöker passa in i samhällets normer. Ett annat utanförskap belyste Soran Ismail i serien *Absolut svensk*, en serie om vardagsrasism i ett av världens mest toleranta länder. Dokumentärserien *Delat land* reste genom den svenska landsbygden och mötte människor som sedan länge knutit näven i fickan

och säger att dom som bor i städerna struntar i dem. Inom vetenskapsfakta och naturprogram, finns titlar som återkommande utmärker sig på listan över de mest högkvalitativa och uppskattade i SVT:s attitydundersökningar, däribland *Mitt i naturen* och *Vetenskapens värld*.

Både vetenskaps- och naturprogrammen varvar egenproducerade program med de allra bästa inköpen från hela världen.

Årets julkalender *Tusen år till julafton* var uppbyggd som en historiektion i 24 delar och berättade om och vårt förhållande till mat från år 1015 till 2015.

SVT:s fritids- och faktautbud ska sprida inspiration och kunskap som är relevant och engagerande för en stor del av publiken. Utbudet täcker områden som mat, bygg och inredning, trädgård, djur och natur, hälsa och träning samt resor. Området byggs upp av inarbetade



Världens natur Monsunen Foto: Paul Williams/BBC

återkommande titlar, som *Antikrundan*, reportage och inslag i magasinprogram som *Go'kväll* samt enstaka programserier. Under året visades *Det sitter i väggarna* där en historiker tog reda på vilka tidigare människoöden som utspelat sig i olika människors hem. Samtidigt tog en byggnadsantikvarie reda på mer om husets byggnadsmässiga historia och kom med råd och tips om hur man kan renovera.

Friskvård och folkhälsa är ett folkbildande ämne som tagit sig olika uttryck i SVT genom åren. Under 2015 har programmen *Träna med Kalle* och *Svett och etikett* sänts. Båda programserierna fokuserar på träning, olika träningsformer och möten med personer som kommit igång med sin träning, eller som helt tappat träningsmotivationen. För SVT är det viktigt att inte enbart lyfta fram eliten utan också se till den roll idrotten har för van-

liga människor. I video-bloggen *Oseedat* inspirerar de allra bästa svenska idrottarna vanliga motionärer att träna. Bloggen har också en ambition att utbilda och fånga upp det intresse som förebilder väcker. Ytterligare en återkommande titel med folkhälsoambitioner är *Fråga doktorn*.

Även inom det som traditionellt klassas som underhållning återfinns många folkbildningsambitioner. Inte minst gäller det titlar som *På spåret*, *Vem vet mest?* och *Smartare än en femteklassare*.

Enligt den attitydundersökning som SVT gjort under fjärde kvartalet 2015 angav 81 procent att de tyckte att SVT bidrog med kunskap och förståelse utifrån sina förutsättningar vilket måste tolkas som en mycket hög siffra.

SVT är en del av den pågående medieutvecklingen och menar att folkbildning och demokratiuppdraget

i framtiden inte kan vara knutet till ett visst distributionssätt. Public service fyller ett viktigt folkbildningsuppdrag på internet och är i dag ensamt om kravet att erbjuda opartisk, oberoende granskade nyheter på webben. Alltför många söker sig till alternativa informationskällor som i första hand bekräftar åsikter och information man redan visste. Det kommer att krävas tydliga alternativ i ett framtida medielandskap. Public service har en viktig roll som komplement och pålitlig navigatör till innehåll på nätet och som är oberoende och mer tillförlitligt än alternativa och sociala medier. Public service bidrar med kunskapsorienterat material på alla plattformar vilket har positiva effekter för demokratin.





Melodifestivalen Tommy Kråmgh

## 7.9 SVT:s samlande roll

Televisionen är ett medium som talar såväl till hjärnan som hjärtat. Komplimenterade samhällsfrågor kan beröras lika väl som spänning, förströelse och humor. SVT:s uppdrag spänner över många mänskliga behov; kunskap, information, glädje, spänning och empati. SVT ska erbjuda ett mångsidigt programutbud som tilltalar många människor såväl som mer särpräglade programtyper för specialintresserade.

Tillit är en förutsättning för mänskliga relationer och transaktioner. Ju starkare band det finns mellan människor i ett samhälle desto mer välfungerande är det. Enskilda individer knyter band som gynnar de egna intressena samtidigt som samhället i stort gynnas av att enskilda medborgare ingår i sociala nätverk. Enskilda individer litar på att andra deltagare samarbetar och följer de gemensamma normerna. Detta sociala kapital får människor att samarbeta för kollektivets bästa. Det är också ett kapital tillgängligt för alla i samhället. Tillit och solidaritet leder till social sammanhållning och inkludering.

SVT:s funktion att bidra till att skapa förutsättningar för sammanhållning och socialt kapital går som en röd tråd genom de förarbeten, lagar, avtal och tillstånd som legat och ligger till grund för verksamheten. Denna funktion är en av de viktigaste funktioner public service har. De enskilda programmen och tjänsterna svarar mot olika individuella och samhällsrelaterade behov och den sammanlagda effekten bidrar till att samhället kan fungera bättre, just på grund av att utbudet samlar människor och bygger broar mellan människor.

Flera akademiska arbeten pekar på den väsentliga roll public service fyller i skapandet av socialt kapital. Martin Brookes (2004) understryker att public service har som uppdrag att vända sig till alla delar av samhället oberoende av

ålder, kön, social tillhörighet, etnicitet eller geografi skapar de nödvändiga förutsättningarna för att bidra till skapandet av ett socialt kapital. Ken Newton menar i *Political Quarterly* (2015) att forskningen sammantaget idag kan påvisa att människor som lever i länder med ett starkt public service-utbud är bättre informerade, litar mer på andra människor, har större tillit till demokratiska institutioner, deltar i större utsträckning i demokratiska processerna samt att den sociala tilliten överlag är högre. Hooghe & Jacobs visar i sin komparativa studie att i länder med public service-television har befolkningen en mer positiv inställning till främmande kulturer och immigranter vilket leder till ett mer inkluderande samhälle.

SVT har som uppdrag att inkludera alla och se alla tittare som likvärdiga oavsett köpkraft. Genom programövergripande strategier verkar SVT för att låta många människor med olika bakgrund förekomma och komma till tals i programmen. Förankringen i hela landet borgar för att många kommer till tals med olika utgångspunkter. Publiken får således ta del av andra människors livsbetingelser vilket bygger broar, skapar förståelse och tillit.

SVT:s omfattande nyhetsutbud och granskningar i dokumentärer, *Dokument inifrån* samt *Uppdrag granskning* har en positiv effekt på samhällets institutioner. Saklig och opartisk granskning leder till ett ökat förtroende för samhällets institutioner. Om publiken vet att de offentliga institutionerna ständigt är satta under lupp, har de större anledning att lita på systemet.

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. SVT ser det som väsentligt att

motverka dessa klyftor. SVT:s nyhets-sändningar och tjänster på andra plattformar överbryggas i viss mån informationsklyftor genom att i högre grad än övriga medieformer nå svenskar med lägre utbildning och de politiskt ointresserade. 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.

En utgångspunkt för utbudet i Sveriges television är att det ska bejaka den svenska mångfalden och måna om jämställdheten, SVT ska spegla det svenska samhället. För att utbudet ska vara relevant för hela den svenska befolkningen är det viktigt att göra program som människor kan samlas kring; var för sig och tillsammans i familjen. Underhållning och sport är genrer som sedan en lång tid tillbaka fyller denna funktion.

Få program i Sverige lyckas samla så många människor som *Melodifestivalen*. Programmet hade, 2015 utöver själva tävlingsbidragen, ett stort fokus på humor, show och dans. Målet var som tidigare år att engagera, underhålla och samla hela familjen. I enlighet med ambitionerna att lyfta fram värme, glädje, spänning och mod fick tecken-tolkarna och teckenspråksgestaltarna i uppdrag att ge en mer inlevelsefull tolkning av evenemanget än tidigare år. Teamet bestod av både hörande och döva artister med erfarenheter från musikalvärlden. Succén överträffade alla förväntningar och gjorde Tommy Kråmgh till en världsstjärna över en natt med sina gestaltningar av Melodifestivalens final som hade över sex miljoner visningar i sociala medier.

Underhållningsutbudet präglas också av olika former av möten med människor som skapar förståelse för andras utgångspunkter. I program som *Ginas Värld*, *Stjärnor hos Babben*, *Stjärnorna på slottet*, *Genikampen*, *Mästarnas Mästare* och *Allt för Sverige* möter vi en mångfald

av människor, både kända och okända.

SVT och Sportsverige har en lång gemensam historia. Idrottsrörelsen är idag Sveriges största folkrörelse samtidigt som många människor har en nära relation till eget utövande eller att följa en favoritsport. Idrotten är en del av samhället med många engagerade ledare och föräldrar och föreningsliv ger människor en känsla av sammanhang och kamratskap. Idrotten är ett kitt som håller ihop och utvecklar Sverige. På många sätt liknar idrottsrörelsens grundläggande värderingar de värderingar som ligger till grund för SVT. Sveriges Televisions utbud fungerar också som ett kitt och kan om vi gör vårt jobb rätt ha samma positiva effekter som en väl fungerande idrottsrörelse.

*SM-veckorna* på sommaren och vintern visar som inget annat sportprogram på den bredd av idrott vi har i Sverige. *SM-veckan* är ett smörgåsbord ägnat att väcka aptiten hos utövare och supportrar. År 2015 samlades sommarveckan i Sundsvall ett 40-tal idrotter där 255 svenska mästare korades och vinterveckan i Örebro samlade 24 sporter och korade 124 mästare. Antalet sända timmar har ökat från cirka 10 timmar 2009 till 95 timmar 2015.

Under samlingsnamnet *VM-vinter 2015* sände SVT världsmästerskapen i alpint, längd, free-style och snowboard. Det i särklass största evenemanget som samlade inte bara Sverige utan stora delar av världen var *Skid-VM i Falun*. Enligt den internationella organisationen EBU var produktionen det bäst producerade mästerskapet genom tiderna, något som vittnar om den standard SVT erbjuder den svenska publiken. Andra stora sportsatsningar under året har varit *Friidrotts-VM i Peking* i augusti och den sedvanliga sändningen från *Vasaloppet*.

Inom ramen för SVT:s övergripande satsning *#flykt* gjorde sportredaktionen flera nyhetsinslag om idrotten som integrationsfaktor. Reportage om fotbolls-

get Dalkurd från Borlänge lyfte folkrörelsens bidrag till integrationsarbetet. Bland annat basketförbundet har aktivt arbetat med integration och SVT har därför i större utsträckning än tidigare fokuserat på dambasket.

Tv-sändningarna och aktiviteten över webben fungerar som kommunicerande kärn. Materialet ur webbsändningarna används i övriga sportprogram och sportredaktionens olika sociala mediekonton möjliggör en dialog och interaktion med cirka 150 000 individer. Bland annat på grund av denna dialog har *Lilla sportspelen* vänt på perspektivet och åker ut till barnen på barnens initiativ i stället för att barnen skulle komma till tv-huset.

Andra exempel på SVT:s samlande roll är när SVT sänder program från kungliga bröllop och dop samt från högtider som valborg, midsommar och nyår.

## 7.10 Möten och dialoger

För nionde året i rad träffades funktionshindersrörelsen och public service-bolagen. Handikappförbunden svarade i år för värdskapet för detta årliga möte. Cirka 120 personer deltog i en seminariedag med den övergripande rubriken: En av oss?

Representanter från handikapprörelsen mötte chefer och medarbetare från public service-bolagen. Inledningstalade gjorde Elonka Soros från BBC:s avdelning Diversity, Inclusion and Succession. Därutöver medverkade grundaren av ett rekryteringsföretag för unga personer med funktionsnedsättning. Inom ramen för en speeddating gavs deltagarna möjlighet att ställa frågor och bolla idéer med programansvariga från olika redaktioner på SVT, Sveriges Radio och UR.

Under 2015 har SVT fortsatt skapa intressentdialoger med minoritetsspråksorganisationerna. Dessa dialoger utgår från det krav som finns i sändningstillståndet och syftar främst till att föra en

diskussion om förbättringsområden samt utvecklingen och framtida behov för respektive språkgrupp. SVT har under året träffat representanter för Sametinget, Dövas riksförbund, Sverigefinländarnas delegation samt Svenska tornedalingars riksförbund. Gällande den senare minoritetsspråksorganisationen så arrangerade SVT, i samarbete med STR-T, en workshop i Pajala som föregicks av studiebesök på bland annat Tornedals-teatern, Lillskogens förskola och gruvan i Kaunisvaara. Därefter hölls en workshop med syftet att ta fram uppslag för SVT, men också beståndsdelar som behövs för ett tv-program, nämligen idéer om ämnen, personer och platser. Från SVT deltog bland annat programansvariga och programutvecklare och från Pajala representanter Svenska Tornedalingars Riksförbund-Tornionlaaksolaiset, Met Nuoret-Tornedalingarnas ungdomsförbund, Tornedalsteatern, Övertorneå kommun samt frilansande kulturarbetare. En liknande workshop planeras 2016 med samiskspråklig inriktning.

SVT har också haft möte med Sveriges dövas riksförbund samt deltagit på Dövas dag där stort utrymme gavs för både presentation av SVT:s utbud samt frågor. SVT var också närvarande med utställningsmontrar, en var för barn, kultur, samhälle och en för tillgänglighet. Likaså har möten genomförts med ledningarna för Synskadades riksförbund och Hörselskadades riksförbund samt Lika unika, Federationen mänskliga rättigheter för personer med funktionsnedsättning.

Under året har SVT också bjudit in till tre olika seminarier med framtidsfrågor som gemensamt tema. Under hösten riktade SVT en inbjudan till olika delar av kulturlivet för ett samtal med rubriken: Vad gör gräsrotterna – de som i alla tider har stått för utveckling och förnyelse? Hur lyfter vi fram och visar det som bubblar och pågår, ut till våra olika verksamheter och vad kräver det av



Sveriges skidhjältar Charlotte Kalla Foto: Roadrunner

det konstnärliga ledarskapet? Ett 50-tal deltagare från olika delar av kulturlivet samlades för att diskutera frågor om utmaningen som förnyelse innebär och hur det påverkar både organisation och institution.

Samtal och diskussioner varvades med presentationer och exempel från olika kulturaktörer på hur de gjort för att fånga upp och bedriva konstnärlig förnyelse. Medverkade kom från bland annat Cirkus Cirkör, Random bastards (kreativt kollektiv), Gagneffestivalen och ICIA, (organisation för idéanalys, konstpolitik och konstnärlig produktion).

Senare samma höstvecka samlades 100 personer från olika barnorganisationer, andra intressenter och SVT-medarbetare till ett seminarium där rubriken var: Små barn och internet – nästa generations behov och vanor. Seminariet handlade om hur de mindre barnen använder ny teknik och sociala

plattformar för lärande och interagerande med varandra. Vilka utmaningar och vilka möjligheter innebär det för SVT och andra aktörer?

Dagen före Nobel bjöd SVT in till ett rundabordssamtal där cirka 60 personer deltog i ett samtal med temat: Möjligheterna för Sveriges befolkning att ta del av information, kunskap och bildning i en digitaliserad framtid. Samtalet kretsade kring frågor som hade digitaliseringen som utgångspunkt och den stora samhällsförändringen som innebär nya krav men även möjligheter. Att ta del av, och utbyta, information människor världen över har blivit lättare. Men vad innebär omvälvningen som skär genom alla samhällsområden för skola, folkbildning och public service?

Medverkande vid rundabordssamtalet kom från utbildningssfären, Digitaliseringskommissionen och Folkbildningsrådet.

# 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. Detta publikkapitel beskriver kortfattat några andra viktiga trender och förändringar som 2015 haft en inverkan på publikens relation till SVT och tv-mediet i vid bemärkelse.

## 8.1 Publikrörelsen från broadcast till online

2015 innebar ett trendbrott för användningen av traditionell tv (linjära broadcast-sändningar). Efter att tv-marknaden från 2010 successivt minskat, främst i tittartid räknat men också avseende antal tittare, stabiliserades istället tittandet jämfört 2014. I tv-befolkningen 3-99 år var rörelserna för första gången på fem år marginella. Tv-tittandet ökade marginellt till 155 minuter per person och dag, och andelen användare i befolkningen minskade procentuellt sett med en procentenhet till 85,5 procent en genomsnittlig vecka (med krav på minst 15 min sammanhängande tittande). Bakom totalsiffrorna döljer sig stora skillnader mellan olika grupper. Det traditionella tv-tittandet fortsatte nämligen

att minska i relativt hög takt bland barn, unga och unga vuxna, samtidigt som tittandet bland äldre istället ökat. Minskingarna av det traditionella tv-tittandet är i tid räknat bland barn och unga mellan 5 och 14 procent och ökningarna bland de äldre än 45 år mellan 7 och 10 procent. Mediantittaren var 2015 57 år gammal. Föråldringen av tv-publiken har de senaste 20 åren gått i en hastighet av ett halvt år per år vilket innebär att mediantittaren 1995 var 47 år. Under 2015 ökade takten av medianåldern med tre år, från 54 till 57 år (data från MMS/Nielsen).

Att unga och unga vuxna minskat sitt traditionella tv-tittande fortare än andra grupper har varit synligt sedan flera år. Utvecklingen påverkar tv-marknaden som helhet. De kommersiellt finansierade tv-kanalerna får nya utmaningar

med en demografiskt föråldrad publik och SVT får som public service-företag svårare att upprätthålla en relation med stora delar av befolkningen.

Tittandet på rörlig bild ser ut att öka totalt sett. Tittandet på rörlig bild online ökar i många grupper mer än vad man minskar sitt tittande i traditionell tv. Marknaden online består till stor del av helt andra aktörer än den äldre tv-marknaden och det är de nya, i regel globala, aktörerna som står för merparten av tillväxten. Online-erbjudandena från kanalerna på den svenska tv-marknaden står uppskattningsvis för mellan 10 till 20 procent av den tid befolkningen totalt sett tillbringar med rörlig bild i online-tjänster. Enligt MMS tekniska mätningar (i samarbete med Comscore) samlar de fyra stora kanalhusen totalt 4,7 minuters online-tittande per person





och dag, att jämföra med 144 min för samma företag i broadcast. Utanför dessa mätningar finns andra aktörer, icke traditionella tv-företag, som enligt andra undersökningar (telefonintervjuer) tillsammans, och för några även var och en för sig, vara större i tittartid räknat än något av broadcast-företagens online-tjänster. Störst i tittartid per invånare är fortsatt YouTube och Netflix men också Facebook får ökad tittartid på rörlig bild. Svenska aktörer som inte har sitt ursprung i tv men som nu verkar på den yngre online-marknaden för rörlig bild, är tidningsbranschen där Aftonbladet når högst tittande (källa: Norstat/SVT).

Tittartiden ökade för SVT:s tv-kanaler med 5 procent under 2015, jämfört med hela broadcast-marknaden (inklusive SVT) som sammantaget ökade 1 procent. SVT:s videotjänster online ökade i

tittartid räknat 77 procent jämfört samtliga fyra stora tv-hus (inklusive SVT) som ökade tittande online med 57 procent.

Några av de förklaringar som står bakom SVT:s styrka relativt andra aktörer är under just 2015 bland annat publikt intressanta och uppskattade dagsändningar av vintersport, till exempel VM i Falun, ett osedvanligt publikstarkt dramautbud (*Arne Dahl, Bron, Fröken Frimans krig, Frikänd* med flera) och för online en kraftigt ökad användning av SVT:s utbud och tjänster för barn. Generellt sett kan också ses att SVT:s variationsrika utbud i alla genrer, mot flera målgrupper och mixen av svenskt och utländskt innehåll hittar olika publikgrupper på olika plattformar vilket sammantaget ger en hög räckvidd och en stabil användning.

## 8.2 Värdering av tv-kanaler och webb-tv-tjänster

I en återkommande attitydmätning genomförd av Norstat (tidigare TNS Sifo) får ett representativt urval av befolkningen bland annat sätta betyg på 35 tv- och webb-tv-kanaler. På en femgradig skala är medelvärdet av alla kanaler och tjänster hösten 2015 3,4. SVT:s tv-kanaler når ett medelvärde på 3,7 där SVT1 når det högsta värdet, 3,9, av alla mätta tv-kanaler. SVT Play med 4,1 i genomsnittligt betyg är den högst värderade kanalen/tjänsten oavsett kategori. Under 2015 mättes i samma mätning även SVT:s nyhetstjänst online som nådde en genomsnittlig värdering på 3,9.

# Resursanvändning

## 9.1 Intäkter

SVT:s verksamhet finansieras till övervägande del av radio- och tv-avgiftsmedel (94 procent). Anslagsvillkoren som regeringen årligen fastställer anger under vilka förutsättningar medlen får disponeras. Avgiften fastställs av riksdagen och uppgick sedan 1 juli 2015 till 2 216 kronor. Det var den första höjningen av avgifterna sedan 2009. Tilldelade avgiftsmedel jämställs skattemässigt med statliga näringsbidrag, vilket betyder att under året ej förbrukade medel behandlas som förutbetalda (skuldförda) avgiftsmedel.

Sidoverksamheten gav år 2015 ett överskott på 2,8 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. 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 dotterbolaget Radiotjänst ligger numer på en normal nivå efter förra årets återbetalning av ett större överskott. Anledningen till minskningen till SRF beror på ytterligare 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 233,2 miljoner kronor exklusive sidoverksamheten. Övriga intäkter utgör därmed SVT:s definition av kommersiella samarbeten som till fullo redovisas inom denna post. SVT har per definition inga andra kommersiella samarbeten utöver vad som redovisas här. Intäkterna vid sidan om anslagsmedel som inte klassas som sidoverksamhet kan delas upp i sju delar:

1. Anslag omfattar ett statligt anslag för de svenska sändningarna över Finland vilket 2015 uppgick till 11,3 miljoner kronor. SVT får också särskilda bidrag för att genomföra beredskapsprojekt. 2015 års bidrag var på 3,3 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. Ökningen jämfört med 2014 förklaras främst av försäljning av resurser till andra tv-bolag i samband med *Skid-VM i Falun*.
3. Intäkterna för royalty är uppdelade i två delar. Den första delen kommer från spelfilmer där SVT har varit samproducent och den andra delen från främst dramaproduktioner som sänts i andra länder. I båda fallen har royaltyintäkten fungerat som förutsättningar när produktionsbesluten togs.
4. Samproduktionsintäkterna är de bi-

drag som SVT får från andra bolag under själva produktionen. Finansieringen kommer från andra tv-bolag, film- och tv-fonder, produktionsbolag och Svenska filminstitutet.

5. Intäkterna från sponsring beskrivs utförligare längre ner i kapitlet.
6. Den största delen av sändnings- och nyttjanderätter består av sublicensiering av sporträttigheter och vidareförsäljning av utländska förvärv.
7. Övriga rörelseintäkter består av många skilda verksamheter. En orsak till ökningen av intäkten är att värden kopplade till *Melodifestivalen* höjdes som en följd av att SVT 2015 genomförde upphandling av turnésamordningstjänster. Det innebär att kostnaden för de tjänsterna sedan 2015 belastar SVT men att SVT samtidigt får en ökad intäkt vid licensieringen av varumärket och andra rättigheter. En annan större post som ökat kraftigt var valutakursvinster som ökat till 15 miljoner kronor 2015. Även en del av den övriga försäljningen i samband med Skid-VM i Falun hamnar under denna post och bidrar till den ökade intäkten jämfört 2014. Övriga rörelseintäkter består också av överskott från telefonintäkter i samband med stora evenemang och insamlingsgalor. I denna summa finns också lönebidrag och intäkter från de nordiska public service-bolagen för det gemensamma kontoret i Bryssel.

## Sponsring

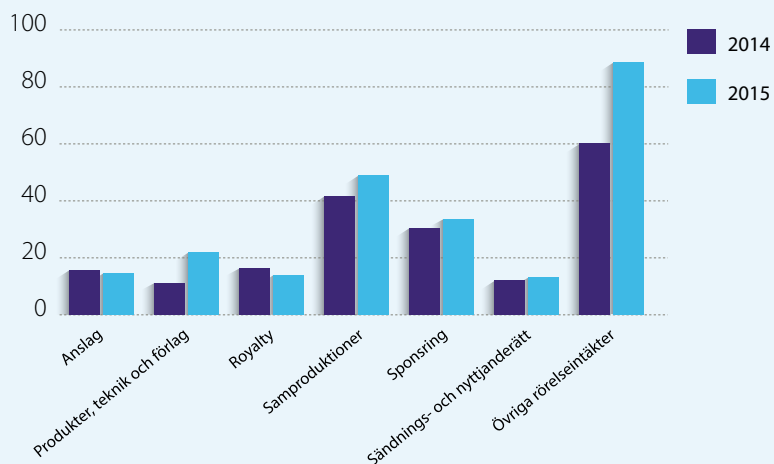
Sponsringen är en del av kärnverksamheten och regleras i sändningstillståndet. Syftet med sponsringsmöjligheten är att SVT ska kunna sända sportevenemang som annars kan vara svåra att finansiera eller säkerställa på grund av rättighetsinnehavarnas krav. Under 2015 uppgick sponsringen till 33,3 miljoner kronor. En något högre summa än 2014 men lägre än 2012 då SVT hade rättigheterna till Sommar-OS i London.

Under 2015 sponstrades i enlighet

### Verksamhetens intäkter, mkr

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

### Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet 2015, mkr



med tillståndet 20 evenemang inklusive den svenska finalen i Melodifestivalen. Ett evenemang kan gälla endast en sändning med repris eller ett Skid-VM som varar i två veckor med en mängd olika tävlingar och därmed många sändningar. Det kan också vara den alpina världscupen som sänds under hela vintersäsongen. Under året förekom 551 sändningar som var sponsrade.

## 9.2 Kostnader

Från och med 2015 så har nya kriterier för fördelning av kostnader vidtagits tillsammans med de övriga public service-bolagen. 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, gemensamma programavtal, webbverksamhet och kostnad för kontribution.

SVT:s bedömning är att en ökad del medel till program gynnar hela utbudet och därmed också publikens krav och önskemål på en allt mer kvalitetsinriktad produktion som står sig väl i en internationell jämförelse. Det är ett internationellt sett vanligt mått på effektivitet i public service-bolag.

### Distribution

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

### Övriga kostnader

Resterande kostnader räknas som övriga kostnader och består till största del av kostnader för ledningsenheterna ekonomi och teknik, kommunikation, HR, juridik, strategi och investeringar. I posten ingår lokalkostnader, centrala teknikkostnader, utbildningsverksamhet med mera. Övriga kostnader ska alltså inte ses som enbart overhead utan kostnader som är helt nödvändiga för produktionen men som inte direkt kan fördelas på de olika programmen och verksamheterna.

### 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 som 2014 medförde omföringar och 2013 års värdskap av *Eurovision Song Contest* medförde extra kostnader inom underhållning. De totala kostnadernas fördelning per programkategori framgår av diagrammet nedan och inkluderar kostnader för barn och unga.

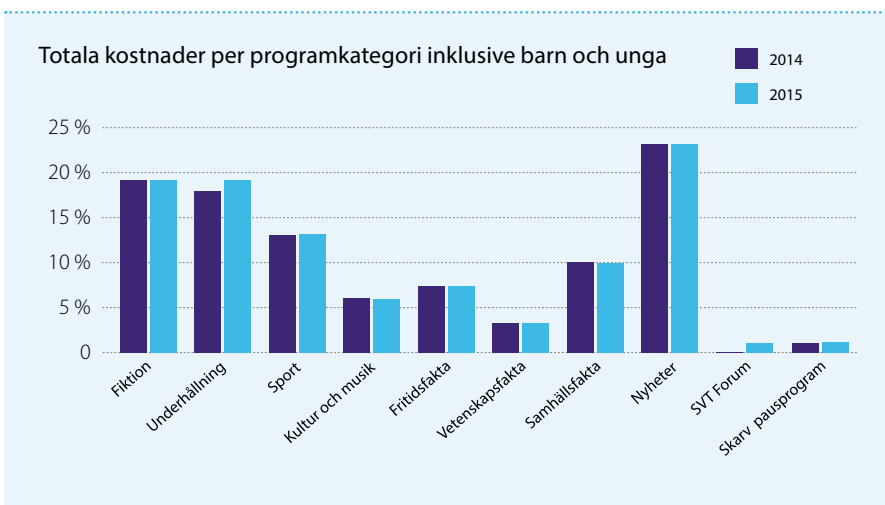
Det har varit mycket små variationer jämfört med 2014. Samhällsfakta har minskat något då valen 2014 gavs extra mycket resurser. Ökningen inom underhållningen förklaras främst av den förändrade redovisningen av Melodifestivalen som beskrevs ovan.

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

#### Sponsring

Evenemang	Antal sändningar
Alpint: Världscupen	98
Längdskidor: Världscupen	45
Skidskytte: Världscupen	36
VM, alpint i Vail & Beaver Creak	18
VM, Längdskidor i Falun	25
VM, Skidskytte, Finland	11
Vasaloppet	3
Ishockey: Tre Kronor Live	23
Ishockey: CHL	43
Hockeykväll	42
Ridsport: VC	26
SM-veckan, Vinter & Sommar	22
Motor: STCC	9
Motor: WRC, Rally-VM inkl. Svenska Rallyt	20
Svensk Fotboll: Svenska Cupen & Fotbollskväll	56
Golf, US Masters	12
Golf, Nordea Masters	10
Friidrott, Diamond League	7
VM, friidrott, Peking	43
Melodifestivalen, Svenska finalen	2
<b>Summa</b>	<b>551</b>

Verksamhetens kostnader, mkr	2014		2015	
Programproduktion	3 448,2	75 %	3 600,0	76 %
Broadcast	3 184,1		3 325,0	
Internet	264,1		275,0	
Distribution	276,4	6 %	287,2	6 %
Gemensamma	804,2	18 %	775,1	16 %
<b>Summa</b>	<b>4 528,8</b>	<b>99 %</b>	<b>4 662,3</b>	<b>99 %</b>
Sidoverksamhet	64,5	1 %	65,3	1 %
<b>Summa kostnader</b>	<b>4 593,3</b>	<b>100 %</b>	<b>4 727,6</b>	<b>100 %</b>



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 Produktivitetsökning och verksamhetsutveckling

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 produktivitetsförbättringar och verksamhetsutveckling redovisas i detta

kapitel och delas in i program och övrig verksamhet.

SVT:s sex viktigaste mål och mått på produktivitetsförbättringar är:

#### Övrig verksamhet

- Andelen medel till program ska öka långsiktigt
- Mer medel till online-verksamhet årligen
- Andelen upphandlat enligt LOU ska öka
- Ta fram nya och förbättrade verktyg och rutiner för administrationen

#### Program

- Återkommande program, förutom nyhetsprogrammen, medges ingen kostnadsökning mellan åren
- Varje år identifiera nya rationaliseringar för att motverka eventuella kostnadsökningar

#### Övrig verksamhet

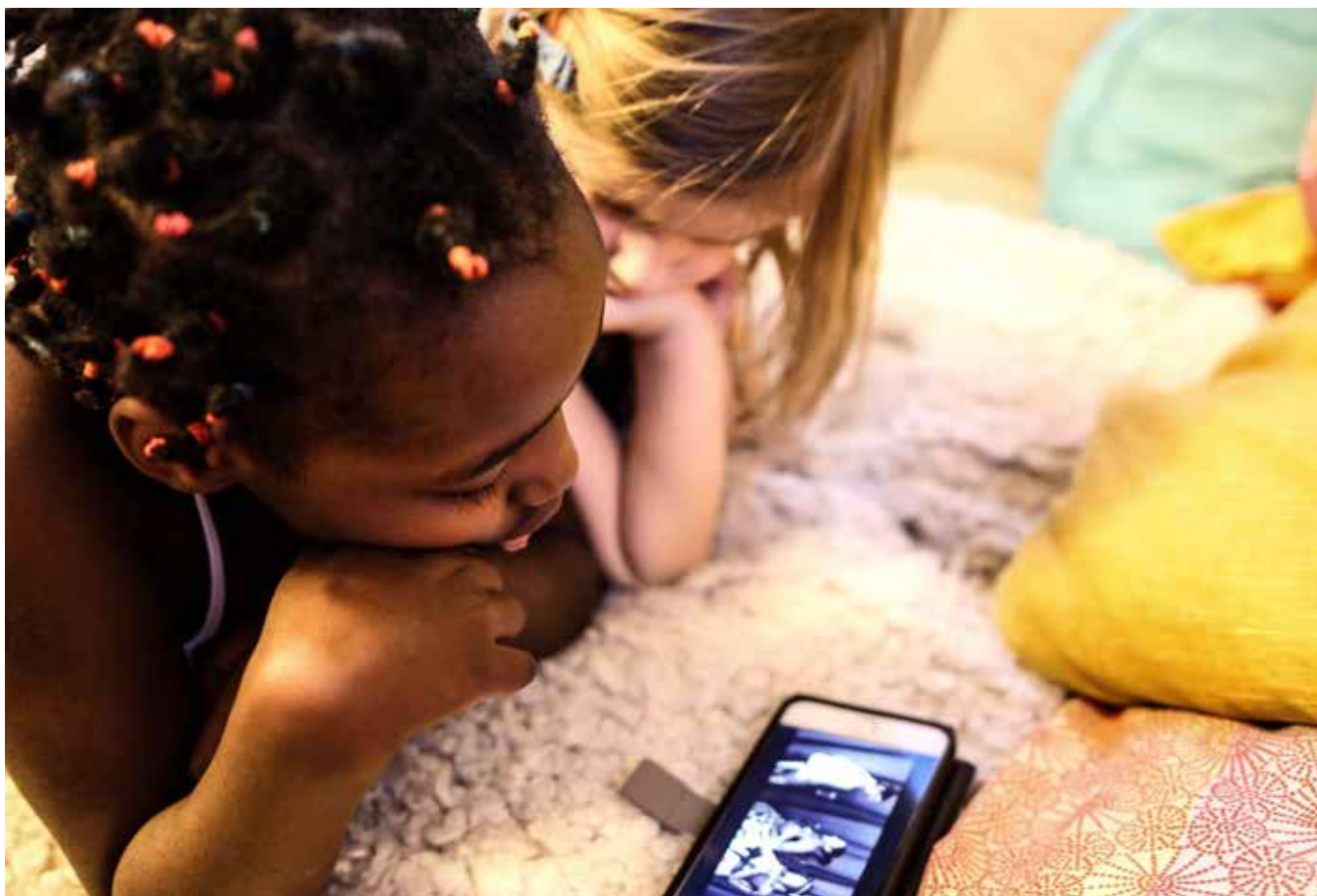
Ett av SVT:s viktigaste interna mål är att en så stor andel av företagets kostnader ska gå till programproduktion och att andelen ska öka över tid. Under 2015 har andelen som avsätts till programproduktion kunnat öka från 75 till 76 procent, helt i linje med det uppsatta målet. Målsättningen är att andelen kontinuerligt ska öka men det kan förekomma variationer mellan åren beroende på variationer i utbudet. Som exempel kan nämnas effekten av stora sportevenemang eller som 2016 då SVT kommer att stå värd för *Eurovision Song Contest*.

Det är också viktigt att SVT kan fortsätta ökningen av medel som avsätts för verksamheterna som bedrivs över internet. En allt större del av användningen av SVT sker på nya plattformar så utveckling är nödvändig både vad gäller innehåll och funktion. Under 2015 avsatte SVT 275 miljoner kronor till denna verksamhet, en ökning med drygt 10 miljoner kronor jämfört med 2014.

Allt fler inköpsbeslut som inte rör hela programprojekt har centraliserats och standardiserats. SVT följer löpande upp kostnadsutvecklingen inom olika inköpskategorier i syfte att förstå de olika inköpsbehoven och tidigt identifiera omotiverade kostnadsökningar. SVT mäter även hur stor del av den totala utgiften (utbetalningar till leverantörer) som går till leverantörer som har upphandlats och där avtal finns. Detta är ett relevant mått då modellen för LOU är utformad för att gynna största möjliga effektivitet och konkurrensneutralitet. Mätningen sker för alla de leverantörer där SVT handlar för mer än 630 000 kronor inklusive moms, gränsen för direktupphandling. Resultatet för 2015 blev en kraftig förbättring och inköpsandelen på avtal hamnade på 88 procent jämfört med 78 procent för 2014. Målsättningen är att denna andel ska öka under tillståndsperioden.

Kostnaderna för marksändningarna





ökar marginellt enligt gällande avtal med Teracom medan kostnaderna för distribution över internet ökar på grund av kraftigt ökad popularitet. Med en ökning av den uppspelade tiden över internet på knappt 80 procent jämfört med 2014 tvingas SVT att ständigt utveckla och hitta nya lösningar för att inte distributionskostnaden ska stiga med motsvarande siffror. Kostnadsökningen kunde trots den kraftiga ökningen uppspelad tid, begränsas till knappt 20 procent.

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. Minskningen har fortsatt under 2015 med ytterligare 19 miljoner kronor. Det har varit främst ekonomi-, löne- och arkivfunktioner

som kunnat rationaliseras.

Programbolagen samlokaliseras och samutnyttjar lokaler där det är möjligt och rationellt vilket sänkt bolagens kostnader för lokaler och fastighetsnära tjänster. Vidare genomförde de tre programbolagen tillsammans med SRF ett 20-tal större gemensamma upphandlingar under 2015. Några av dessa var möbler och inredning, upphandlingskonsulter, taxitjänster, kurs- och konferenstjänster, IT-konsulter för informations-säkerhet och drift, elkraft, FM-distribution, datalagring, servrar och CCTV.

### Program

SVT har sedan länge valt att inte använda timkostnad som ett produktivitetmått. Den främsta orsaken är att det inte finns en generell målsättning om sänkta timkostnader. SVT:s anslagsmedel ökar med 2 procent årligen och företa-

get strävar mot att en större andel ska användas till program samtidigt som det inte finns behov av att producera fler timmar. Det leder istället till att timkostnaden inom flera genrer både får och ska öka medan de inom andra områden ska minska. För exempelvis drama så ger ökade resurser inom framför allt manusbearbetning en ökad kvalitet.

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

Sedan våren 2015 sänds regionala nyheter från 21 orter att jämföra mot tidigare 19 orter vid en sändning per dag och från 11 orter de övriga sändningarna. Genom att förändra produktionssätten

kommer resurser kunna flyttas från teknik och utsändning till ökad journalistisk verksamhet. Denna förändring har också ökat den sammanlagda produktionen av regionala nyheter med mer än 20 procent jämfört med 2014.

De regionala och lokala nyhetsredaktionerna har under året förändrat arbetsmetodiken i kontrollrummen. Där man tidigare var tre personer (sändningssupport, sändningsproducent och redaktör) samt en programledare är man nu endast en tekniker. Detta har lett till att endast 10 kontrollrum behövs kvällstid för att producera 21 regionala sändningar som sänder parallellt över olika geografiska områden. Minskningen av den tekniska resursen har lett till att resurserna istället kan läggas på ytterligare lokala sändningsområden samt betydligt fler journalister och en bättre bevakning och spegling av Sverige.

Under året har produktionsnätverken i Umeå, Falun, Stockholm, Norrköping, Göteborg och Malmö uppgraderats och moderniserats för att göra det möjligt att allt insamlat material från kameror, live-ryggsäckar, schemalagda inspelningar, externa nyhetsbyråer med mera ska vara sökbar och tillgängligt för redigerande personal oavsett geografisk placering. Uppgraderingarna har inneburit nya verktyg för webbaserad loggning och redigering vilket gjort materialet i produktionsnätverken tillgängligt i alla SVT-nätverksanslutna datorer. Utvecklingen har också lett till att SVT kunnat sänka kostnaderna för licenser av produktionsrelaterade applikationer. Den har också lett till en snabbare och mer flexibel bevakning och spegling av Sverige.

## 9.4 Sidoverksamhet

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. Detta skiljer SVT:s sidoverksamhet från sidoverksamheten i vissa andra public service-bolag, som snarare syftar till att expandera eller generera ett betydande överskott som sedan kan användas för programproduktion. Från och med årets redovisning delas sidoverksamheten in i två resultatområden, rättigheter och produktionsresurser.

Rättighetsdelen består av bland annat av vidareförsäljning av visningsrätter av program till andra tv-bolag som uppmärksammas internationellt. Exempel på detta kan vara prisbelönta dokumentärer eller dramaserier med SVT som huvudproducent. Det förekommer också att programformat säljs liksom delar av program, så kallade arkivklipp. Försäljningen av DVD till allmänheten har minskat kraftigt under de senaste åren. Försäljning av produkter kopplade till programmen har koncentrerats till ett fåtal program,

oftast i form av olika typer av spel. Här ingår också SVT World, den del som möjliggör för svensktalande utomlands att ta del av SVT:s utbud. Tjänsten har för närvarande cirka 6 000 abonnenter.

Det andra resultatområdet gäller uthyrning av studiolokaler, produktionsteknik och personal som i mån av utrymme i den egna produktionsplaneringen hyrs ut till andra producenter av tv. Detta bidrar till att öka tillgänglighet och mångfald på mediemarknaden eftersom det möjliggör för mindre produktionsbolag och kanaler att göra produktioner som förutsätter stora studior och kompetens. 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.

### Sidoverksamhet, mkr

		2014	2015
Rättigheter	Intäkter	29,1	27,3
	Kostnader	20,6	19,8
	<b>Resultat</b>	<b>8,5</b>	<b>7,5</b>
Produktionsresurser	Intäkter	37,5	40,8
	Kostnader	34,9	36,3
	<b>Resultat</b>	<b>2,6</b>	<b>4,5</b>
Gemensamt påslag	Intäkter	0,0	0,0
	Kostnader	9,1	9,2
	<b>Resultat</b>	<b>-9,1</b>	<b>-9,2</b>
Summa	Intäkter	66,6	68,1
	Kostnader	64,6	65,3
	<b>Resultat</b>	<b>2,0</b>	<b>2,8</b>

## Resultat

Intäkterna för 2015 ligger i nivå med de senaste åren, 68,1 miljoner kronor. Det är framför allt intäkterna från ren fastighetsuthyrning som ökat. En stor del av intäkterna från uthyrningen av studior och personal kommer från bolag som producerar program direkt åt SVT.

Inom rättigheter har exempelvis dramaserien *Fjärde mannen* baserad på Leif GW Perssons roman och *Rederiet* sålts som DVD. Program som exempelvis *Bacillakuten* och *Evas känslokoll* ges även ut på institutionsmarknaden. SVT har licensierat rätten att ge ut brädspele såsom *På spåret* och *Labyrint* som bygger på programmen med samma namn.

När det gäller försäljning av hela tv-program så säljs dessa till både traditionella tv-bolag och nya aktörer på marknaden. Exempel på titlar som sålts var *Året med kungafamiljen*, *Fröken Frimans krig* och *Abba in concert*.

Under 2015 gjorde den del av SVT World som räknas som sidoverksamhet en förlust som berodde på ett minskat antal abonnenter under året. Förlusten balanseras helt av tidigare vinster från såväl SVT World som den övriga rättighetsdelen. Det innebär att inga medeltas från kärnverksamheten för att finansiera sändningarna utanför Sverige enligt punkt 8 i anslagsvillkoren.

Nettoresultatet från de två resultatområdena av sidoverksamhet balanseras i fritt eget kapital och uppgick 2015 till 2,8 miljoner kronor. Ovanstående visar att de två resultatområdena var för sig har burit sina kostnader och det visar också att sidoverksamheten inte riskerar att inkräkta på kärnverksamheten.

### SVT:s kontroll av sidoverksamheten

Inom i princip samtliga områden finns väl etablerade priser för motsvarande produkter som SVT tillhandahåller. Detta då det finns en uppsjö av såväl konkurrerande leverantörer som potentiella kunder. Som exempel kan nämnas priser



Boys med Adam Pålsson och Nour El Refai Foto: Knut Koivisto

för visningsrätter, DVD-försäljning, uthyrning av produktionsteknik och försäljning av abonnemang. SVT utgår från dessa priser vid prissättningen. SVT:s del av dessa marknader är för övrigt så liten att SVT inte på något sätt kan uppfattas vara prispåverkande.

För enstaka tjänster finns inte samma etablerade modeller. Exempelvis förfogar SVT över Nordens största renodlade tv-studio. SVT tillämpar där ett pris som bedöms som marknadsmässigt i relation till de priser som sätts för så närliggande verksamheter som möjligt, det vill säga andra arenor och den relativa kostnaden för mindre studior som SVT och andra aktörer tillhandahåller.

Marknadsmässigheten säkras även genom att SVT alltid kräver kostnadstäckning plus ett påslag. Ett empiriskt belegg på att SVT:s priser är marknadsmässiga är också att det inte är ovanligt att SVT förlorar offerter just på grund av prissättningen. Tilläggas bör att SVT:s produktionsresurs i första hand är dimensionerad för intern kapacitet. SVT har generellt sett en självförsörjnings-

grad som ligger väsentligt under den resurs som behövs. SVT:s möjligheter att hyra ut resurser är därmed kraftigt begränsad.

För många år sedan förekom att konkurrerande företag både anmälde och påtalade problem med SVT:s prissättning. Detta fick SVT att se över hela prissättningen inom alla områden. Sedan dess har SVT inte fått några fler påpekanden och därmed anser SVT att såväl de olika marknaderna som prissättningar fungerar. Det har inte heller förekommit någon debatt eller kritik från media eller allmänheten om att SVT:s förtroende har minskat till följd av sidoverksamheten.

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

# Planer för framtiden

SVT:s långsiktiga mål för verksamheten beskrivs i kapitel 2. Följande är en redovisning av SVT:s planer i form av prioriterade projekt och satsningar under den närmsta tiden, med fokus på 2016.

## Framtidsprojektet

Under 2016 genomförs en revision av SVT:s långsiktiga strategier inom ramen för Framtidsprojektet. Detta mot bakgrund av publikens förändrade medievänor och förväntningar på SVT. Arbetet omfattar omvärldsanalys, kärnvärden, vision och strategiska riktlinjer. Detta ska vägleda arbetet i programledning, divisioner och ledningsenheter. SVT:s kärnvärden och vision med utgångspunkt i public service-uppdraget ska diskuteras och definieras.

## SVT Play 2020

Utvecklingen av SVT Play och i förlängningen våra framtida videotjänster är central för SVT. På många sätt motsvarar SVT Play den funktion som SVT1 har i broadcast. Publikens förväntningar på tjänsten ökar på alla områden: innehåll, användargränssnitt, kvalitet och tillgänglighet på olika plattformar. Ett projekt som bland annat ska se över SVT Plays

framtida roll och funktion i medielandskapet har därför initierats.

## Barn 0–18 år

SVT:s uppgift är att ge barnpubliken ett betydande utrymme i ett växande mediebrus. Vårt utbud är en rättighet för barnen, samtidigt som deras medievänor förändras snabbast. Ett större fokus läggs på äldre barn och unga. Barn och ungdom drivs i projektform till och med 2017 och ska utveckla utbud och tjänster på alla plattformar. Särskilt fokus på användarupplevelse och att bygga relation och dialog.

## Översyn av SVT:s roll för svensk film

Svensk film, som utgör en central del av SVT:s utbud inom kultur, fiktion och dokumentär, står inför en stor omställning, samtidigt som svensk film utanför SVT har förlorat i position. SVT har ensidigt åtagit sig att garantera 100 miljoner kronor årligen för svensk film under perio-

den 2017–2019. Vi antar en ny, mer aktiv roll med flera insatser i syfte att stärka vårt ansvar för utvecklingen av svensk film. SVT har inlett samtal med andra aktörer i filmbranschen, såväl kreatörer och producenter som finansiärer och distributörer i syfte att utveckla formerna för hur SVT på bästa sätt kan bidra. Utgångspunkten för SVT:s omläggning är dock publikens möjligheter att ta del av svensk film.

## Omläggning av riksnyheterna

Publikens förväntningar på SVT vad gäller att förmedla nyheter snabbt har ökat, samtidigt som kvalitetskraven inte kan eller bör sänkas. Efter förra årets omfattande förändringar av regionala nyhetsverksamheten läggs nu ett ökat fokus på utveckling av SVT:s riksnyheter. En analys av nuvarande organisation som grund till ett övergripande förändringsarbete är under genomförande.





Absolut svensk Samhällsprogram med Soran Ismail Foto: Sofia Sabel

## Sverigespeglning och likabehandling

Om SVT ska kunna vara om alla och för alla så måste vi spegla hela det mångfacetterade Sverige i våra program. Det leder till behov av mångfald i vid bemärkelse både framför och bakom kameran.

SVT har satt upp publik- och bemaningsmål som syftar till en ökad Sverige-speglning. Till detta finns en handlingsplan som särskilt lyfter fram genrevisa planer för utvecklingen, insatser inom rekrytering samt värdegrundsarbeten. Arbetet, som är ett särskilt fokusområde under 2016, beskrivs utförligare ovan i kapitel 7.1.

## Översyn av SVT Produktion

SVT har de senaste åren förändrat och effektiviserat produktionen i flera projekt, till exempel moderniserad studiogång i Stockholm med flexibla kontrollrum, avveckling av dramakedjor, komprimering av utsändning av regionala nyheter,

införande av bland annat IP-baserad fjärrproduktion och alltmer mobil produktionsteknik. Nu krävs ett nytt, samlat omtag: Hur ska SVT producera tv, nu och i framtiden? Under 2016 kommer därför en ny samlad produktionsstrategi för hela SVT tas fram.

## Sammanhållen planering och publicering

Utvecklingen av inte minst den ökade mängden livesändningar över internet leder till att SVT behöver skapa en sammanhållen planering och publicering av kanaler och tjänster över samtliga plattformar. Målet är en rationell och effektiv publicering av SVT:s totala utbud. Under 2016 genomförs mot bakgrund av detta utredningar kring bland annat a plattformsoberoende utbudsplanering, programlager med korrekt och uppdaterad rättighetsstatus samt leveransvillkor och rutiner som säkrar återbruk.

## Öppet arkiv 2.0

Under 2016 sker en större omarbetning av SVT:s tjänst Öppet arkiv. Öppet arkiv kommer i framtiden innehålla ett kurerat utbud bestående av en omfattande mängd klassiker (med obegränsad publiceringstid) och aktuellt material (med begränsad publiceringstid, som kan variera beroende på nyhetshändelser, säsong eller andra faktorer.) Öppet arkiv har sedan starten lidit av begränsningen att endast material från åren fram till 2005 varit möjliga att publicera, medan det för varje år tillkommer nytt material av stort kulturellt värde. SVT:s ambition är att genom förändringarna kunna erbjuda ett omfattande, utvalt utbud i Öppet arkiv samtidigt som en större mängd nyare material kan publiceras inom i synnerhet SVT Play.





## Bilaga 1

### Sammanfattning

	Villkor	Utfall	Kapitel
ST 1	Sända 4 programtjänster mm	SVT har sänt 5 kanaler i 4 programtjänster om minst 50 timmar vardera till 99,8 % av befolkningen.	5:1
ST 2	Sända text-tv	SVT har sänt text-tv.	5:1
ST 3	Bereda utrymme för UR	UR sänder i SVT:s programtjänster enligt avtal.	5:1
ST 4	Ska kunna tas emot av alla	Alla kanaler sänds okrypterat.	5:2
ST 5	Hög kvalitet vid utsändning Samverka i tekniska frågor Ingå avtal API enligt europeisk standard Samverka om multiplexering och åtkomstkontroll	SVT sände 108 tusen program, endast 74 hade något allvarligt fel. Under 2015 har inga tekniska frågor varit aktuella för samverkan. Senaste avtalet är från 2014 om programguider. Har ej använt sådan tjänst. Samverkan om överenskommelse om multiplex gäller sedan tidigare.	4:8
ST 6	Mångsidigt programutbud Svenska språket Jämställdhet och mångfald Spegling av landet	SVT har en jämn fördelning mellan olika programkategorier. 74 % av alla sändningar är på svenska. Stort arbete bedrivs internt och 66 % anser att SVT är bra på att spegla mångfalden.	6:1 4:5 7:1
ST 7	Variation i produktionsformer	60 % egen produktion och 40 % annan. 1,4 miljarder kronor går till utomstående medverkan och andra samarbeten.	7:7
ST 8	Nyhetsverksamhet	Många olika programtyper, allmänna och granskande program, ökad regional satsning.	7:2
ST 9	Kulturutbudet	Utbudet utvecklas årligen, många programtyper, ökat nordiskt utbyte, många samarbeten, stor satsning på drama, många sändningar från hela landet, direkt och indirekt satsning på svensk film.	7:3
ST 10	Barn och unga Språkliga behov hos barn och unga	Stort utbud, satsning på nyheter för unga, omfattande nyproduktion, särskild utveckling för äldre barn och unga. Sänder de flesta minoritetsspråksprogrammen som tvåspråkiga	7:4 7:6
ST 11	Tillgänglighet	Görs i dialog med brukargrupper, särskilt ungdomsförbund. Fortsatt satsning på hörbarhet. Program produceras för döva.	7:5
ST 12	Minoritetsspråk	Bolagen har sammantaget ökat minoritetsspråken från index 100 till 126 sedan 2013. SVT har sänt på 40 olika språk. SVT har haft ett flertal dialoger med brukargrupper.	7:6 7:10
ST 13	Opartiskt och sakligt	Trots ökat antal anmälningar till Granskningsnämnden är antalet fällningar fortsatt lågt.	4:3
ST 14	Genmäle	SVT ger utrymme till genmäle.	4:3
ST 15	Enskildes privatliv	Utbildningar genomförs för att minska risken.	4:3
ST 16	Tv:s särskilda genomslagskraft	Utbildningar genomförs för att minska risken.	4:3
ST 17	Reklam	SVT sänder inte reklam.	4:3
ST 18	Direkt sponsring Indirekt sponsring	20 evenemang har sponsrats enligt villkoren. Tydliga rutiner har upparbetats under åren.	9:1 4:3
ST 19	Bestämmelser om sponstringsmeddelande	SVT följer reglerna.	9:1
ST 20	Reklam enligt §17	Reglerna följs.	4:3
ST 21	Produktplacering	Ingen produktplacering förekommer.	4:3
ST 22	Sända meddelande	SVT har 10 gånger sänt viktigt meddelande till allmänheten (VMA) enligt villkoren.	4:8
ST 23	Hög säkerhet	Endast 74 program orsakade störningar över 60 sekunder SVT reglerar kvalitet med avtalsparterna.	4:8
ST 24	Beredskapsplaner Samråd med MSB Höjd beredskap	SVT skickar årligen in en beredskapsplan till MSB och Kulturdepartementet. Samarbete med MSB sker kontinuerligt. Högsta beredskap rådde inte i landet.	

	Villkor	Utfall	Kapitel
AV 1	Verksamheten ska bedrivas rationellt	SVT beskriver åtgärder för ökad produktivitet.	9.3
AV 2	Kärn- och kompletterande	Definitionen beskrivs och god balans råder.	5.3
AV 3	Sidoverksamhet	Verksamheten beskrivs utförligt och delas upp i två resultatområden.	9.4
AV 4	Rikab	SVT anslår medel till RIKAB.	9.1
AV 5	Rikab	SVT är delägare och innehar ordförandeposten i styrelsen.	9.1
AV 6	UR:s distribution	SVT står för bolagets distributionskostnader.	9.2
AV 7	Sändningar utanför Sverige	SVT sänder programtjänsterna över satellit i Sverige och SVT World kan tas emot i hela världen.	5.1, 9.4
AV 8	Sändningar i Sverige och utanför	Ingen särskild avgift erfordras för att ta emot SVT:s sändningar i Sverige. Under 2015 gjorde SVT World en förlust som balanserades av tidigare vinstmedel.	9.4
AV 9	Olika plattformar	SVT utbud kan tas emot på många olika sätt. Egna sändningar sker i mark, satellit och över öppna internet. Sändningarna vidaresänds också över kabel och IPTV.	5.2
AV 10	Kärn-, kompletterande och sidoverksamhet	Beskrivs på ett flertal ställen i redovisningen.	5.3, 9.4
AV 11	Anmälan av nya permanenta tjänster	Inga nya tjänster har startats men SVT Flow bedrevs som försöksverksamhet men lades ner våren 2015.	4.4
AV 12	Överenskommelser mellan bolagen	Har gjorts mellan bolagen och sänt in till Kulturdepartementet och MRTV.	7.6
AV 13	Decentraliserad organisation	Beskrivs i eget kapitel.	4.6
AV 14	55-procentskravet	56 procent av all allmän-tv producerades utanför Stockholm.	7.1
AV 15	Olika självständiga nyhetsredaktioner	De olika nyhetsredaktionerna beskrivs.	7.2
AV 16	Teckenspråkig miljö	Teckenspråksprogrammen från Falun bedrivs i en teckenspråkig miljö.	7.6
AV 17	Dialog med externa produktionsbolag	Nya verktyg har skapats för utvecklad dialog.	4.2
AV 18	UR:s sändningstider	Nytt avtal i bruk och ingen oenighet har uppstått.	5.1
AV 19	Upphörande av sändningstillstånd	Inte aktuellt.	
AV 20	Budgetunderlag	Lämnades den 1 mars inklusive redovisning av RIKAB:s verksamhet.	
AV 21	Redovisning av uppdraget	Sker genom denna redovisning.	
AV 22	Revisorer	Revisorer granskar såväl denna redovisning som Budgetunderlagen. Revisorsintyg medskickas.	
	Krav på tillgänglighet till tv-sändningar för personer med funktionsnedsättning enligt särskilt beslut	Beskrivs i redovisningen.	7.5



# Bolagsgemensamt index för minoritetsspråk

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

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

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

### Sammantaget index

	2013	2014	2015
Finska	100	112	146
Samiska	100	118	115
Meänkieli	100	116	128
Romani	100	135	139
Teckenspråk	100	87	102
<b>Totalt</b>	<b>100</b>	<b>114</b>	<b>126</b>

### Minoritetsspråk alla bolagen per språk

2013	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 319	314	15	7 648
Samiska	1 393	84	13	1 490
Meänkieli	803	17	10	830
Romani	392	23	8	423
Teckenspråk		121	29	150
<b>Totalt</b>	<b>9 907</b>	<b>559</b>	<b>75</b>	<b>10 541</b>

2014	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 319	342	19	7 680
Samiska	1 393	103	17	1 513
Meänkieli	803	22	12	837
Romani	392	30	14	436
Teckenspråk		139	17	156
<b>Totalt</b>	<b>9 907</b>	<b>636</b>	<b>79</b>	<b>10 622</b>

2015	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 390	325	35	7 750
Samiska	1 390	109	15	1 514
Meänkieli	830	19	17	866
Romani	395	27	16	438
Teckenspråk		175	17	192
<b>Totalt</b>	<b>10 005</b>	<b>655</b>	<b>100</b>	<b>10 760</b>

### Förändring

SR	SVT	UR	Snitt
100	100	100	100
100	100	100	100
100	100	100	100
100	100	100	100
	100	100	100
<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

SR	SVT	UR	Snitt
100	109	127	112
100	123	131	118
100	129	120	116
100	130	175	135
	115	59	87
<b>100</b>	<b>121</b>	<b>122</b>	<b>114</b>

SR	SVT	UR	Snitt
101	104	233	146
100	130	115	115
103	112	170	128
101	117	200	139
	145	59	102
<b>101</b>	<b>121</b>	<b>155</b>	<b>126</b>



