



Förvaltningsrådets
berättelse till riksdagen om Rundradions verksamhet

2023

I enlighet med 6 § i lagen om Rundradion Ab lämnar bolagets förvaltningsråd en berättelse till riksdagen om hur Yles public service-verksamhet har genomförts.

Yle – tillförlitlig information och mental försörjningsberedskap

FÖRVALTNINGSRÅDETS ORDFÖRANDE



Yles år 2023 var fullt av förnyelser och anpassningar till den nya mediemiljön.

Yles strategi fokuserade på att stärka varumärket, utveckla digitala tjänster och lyfta fram samhällets pluralism. Målet är att vara en föregångare inom förnyelsen av mediebranschen. De årliga tyngdpunkterna styr utvecklingen av innehåll och tjänster för att möta finländarnas behov av medieanvändning mitt i den nya tekniken och den ökande globala konkurrensen.

År 2023 behandlade Yle på ett mångsidigt sätt aktuella händelser och samhällsfenomen. Det ryska invasionskriget mot Ukraina, Finlands Natomedlemskap och vårens riksdagsval var några av de centrala ämnena.

Medieanvändningen övergick alltmer till digitala tjänster och blev mångsidigare. Yles tv-kanaler nådde 75 procent av finländarna varje vecka, radions

räckvidd minskar, men användningen av webb- och mobiltjänster ökar. Streamingtjänsterna ökar också i popularitet, särskilt bland ungdomar.

Teknikutvecklingen, som generativ AI, förändrade medieproduktionen och kräver nu ny kompetens. År 2023 förnyade Yle sina riktlinjer för sociala medier med fokus på att nå ut till och kommunicera med ungdomar. Antalet aktiva kanaler i sociala medier minskade, men målet är att styra användarna till Yles egna tjänster. Yle utarbetade också principer för ansvarsfull artificiell intelligens, som styr användningen av AI inom bolaget.

Yle har satsat på mångstämmighet genom att fokusera på att nå ut till ungdomar, diversifiera nyhetsinnehållet och lyfta fram regionala perspektiv. Yle har förstärkt sin närvaro på 32 orter och gjort utveckling inom och särdrag för olika områden synliga i hela Finland.

Dessutom har Yle förmedlat evenemang som berör hela nationen, såsom statsbegravningar och stödkonserter.

Stora satsningar har gjorts på den inhemska innehållsproduktionen genom inköp av drama, underhållning, dokumentärer och faktainnehåll. Bolaget är en viktig finansör av inhemsk film och stödjer den finska mediebranschen genom sina inköp. År 2023 tecknade Yle nya avtal för 47 miljoner euro, varav merparten gällde inhemsk produktion.

Verksamheten har stärkts inför störningssituationer genom samarbete med partner och myndigheter, med särskilt fokus på skyddet av kritisk infrastruktur. Säkerhetsåtgärderna har förbättrats och personalen har fått omfattande utbildning. Dessutom har Yle utvecklat förmedlingsprocesserna för varningsmeddelanden och arbetar aktivt med att utveckla varningsinformationen, vilket stödjer den övergripande säkerheten i samhället.

Tv- och radiokanalernas räckvidd har minskat i takt med att digitala tjänster blivit allt vanligare, men Yle TV1 var fortfarande den mest populära kanalen. Regionala nyhetssändningar och Yle Radio Suomi är fortfarande populära, även om lyssnandet minskar. Yle.fi och Yle-appen når över 2 miljoner finländare varje vecka och användningen av Yle Arenan ökar, särskilt när det gäller ljudinnehåll.

Bolaget strävar även i fortsättningen efter att uppfylla sitt public service-uppdrag genom att erbjuda högkvalitativt, mångsidigt och distinkt innehåll till alla finländare.

*Helsingfors den 19 mars 2024 å
Rundradion Ab:s förvaltningsråds vägnar*

Sinuhe Wallinheimo
ordförande

Innehållsförteckning

| | |
|--|-----------|
| 1. YLES PUBLIC SERVICE-UPPDRAG OCH STRATEGI | 9 |
| 1.1 Yles uppdrag | |
| 1.2 Yles strategiska riktlinjer och mål | |
| 2. FÖRÄNDRINGAR I VERKSAMHETSMILJÖN | 14 |
| 2.1 Kommunikationspolitik och regler för kommunikation | |
| 2.2 Utvecklingen på mediemarknaden | |
| 2.3 Utveckling av medieanvändningen | |
| 2.4 Utveckling av medieteknik | |
| 3. YLES INNEHÅLL OCH TJÄNSTER | 22 |
| 3.1 Yle i radio, tv och på webben | |
| 3.2 Yles utbud enligt genre | |
| 3.3 Tjänster på samiska | |
| 3.4 Tjänster för specialgrupper och andra minoriteter | |
| 3.5 Andaktsprogram | |
| 3.6 Utbud som riktar sig till utlandet | |
| 3.7 Säkerhet, beredskap och myndighetsinformation | |
| 4. YLES VÄRDE FÖR FINLÄNDARNA | 48 |
| 4.1 Yles framgång i public service-uppdraget | |
| 4.2 Yles publikrelation i tv, radio och på webben | |

5. UTVECKLING AV YLES VERKSAMHET OCH VERKSAMHETSPRINCIPER

56

- 5.1 Utveckling av verksamheten
- 5.2 Yles partnerskap och samarbete med övriga medier
- 5.3 Ansvar i Yles verksamhet
- 5.4 Oberoende och verksamhetsprinciper
- 5.5 Personalutveckling

6. YLES FINANSIERING, KOSTNADSSTRUKTUR OCH FÖRVALTNING

64

- 6.1 Yles finansiering och intäkter
- 6.2 Kostnadsstrukturens utveckling och kostnader
- 6.3 Yles förvaltning och organisation

BILAGOR

- Förvaltningsrådets beslut 2023
- Sametingets utlåtande

70

YLES UPPDRAG

Lag om Rundradion Ab,
7 §, Allmännyttig verksamhet

Bolagets uppgift är att tillhandahålla ett mångsidigt och omfattande allmännyttigt televisions- och radioprogramutbud med tillhörande special- och tilläggstjänster för alla på lika villkor. Ovannämnda tjänster och andra allmännyttiga innehållstjänster ska tillhandahållas i allmänna kommunikationsnät både riksomfattande och på landskapsnivå. Innehållstjänsterna ska huvudsakligen vara inriktade på publikationer som innehåller rörlig bild eller ljud. Innehåll i textform ska, med de undantag som anges i 3 mom., hänföra sig till bolagets publikationer som innehåller rörlig bild eller ljud.

DEN PROGRAMVERKSAMHET SOM BEDRIVS I ALLMÄNNYTTIGT SYFTE SKALL SÄRSKILT

- 1) stödja demokratin och enskildas möjlighet att påverka, genom att tillhandahålla ett mångsidigt utbud av fakta, åsikter och diskussioner samt en möjlighet till växelverkan,
- 2) producera, skapa, utveckla och bevara inhemsk kultur, konst och stimulerande underhållning,
- 3) i programutbudet beakta synpunkter som har att göra med allmänbildning och jämställdhet, erbjuda möjligheter till lärande och självutveckling, lägga vikt vid program avsedda för barn och ungdomar samt tillhandahålla andaktsprogram,
- 4) behandla den finskspråkiga och svenskspråkiga befolkningen på lika grunder i programverksamheten samt tillhandahålla tjänster på samiska, romani och teckenspråk och i tillämpliga delar även för andra språkgrupper i landet,
- 5) stödja bevarandet av det finländska kulturarvet, tolerans, jämlikhet, jämställdhet och kulturell mångfald samt sörja för programutbud även för minoriteter och specialgrupper,
- 6) främja växelverkan mellan olika kulturer och upprätthålla ett programutbud som riktar sig utomlands,
- 7) förmedla myndighetsmeddelanden som anges närmare genom förordning och ha bered-

skap för att sköta televisions- och radioverksamheten under undantagsförhållanden.

Bolaget kan med avvikelse från 1 mom. i allmänna kommunikationsnät tillhandahålla följande innehåll i textform utan att de ska ha samband med en publikation som innehåller bolagets rörliga bild eller ljud:

- 1) korta nyhetsinnehåll i textform som bolaget publicerar på basis av samarbetet med Oy Suomen Tietotoimisto - Finska Notisbyrån Ab eller någon annan motsvarande nationell nyhetsbyrå,
- 2) korta nyhetsinnehåll i textform om snabba nyhetshändelser eller om nyhetssituationer med snabbt förlopp,
- 3) de myndighetsmeddelanden i textform som bolaget förmedlar i enlighet med 2 mom. 7 punkten och det nödvändiga innehåll i textform som beredskapen inför undantagsförhållanden förutsätter,
- 4) nyhetsinnehåll i textform på samiska och romani samt på landets övriga minoritetsspråk,
- 5) innehåll i textform om kultur,
- 6) innehåll i textform om inläring.

7 a § Samarbete

Bolaget ska genom sin verksamhet främja yttrandefriheten, högklassig journalistik och mångfald inom medierna.

Yles public service-uppdrag och strategi

1

1.1 YLES UPPDRAG

Rundradion Ab (Yle) är ett public service-bolag vars uppgift baserar sig på lagen om Rundradion Ab (1993/1380). Det allmännyttiga specialuppdrag, som behandlas i denna berättelse av förvaltningsrådet, fastställs i 7 § i lagen om Rundradion Ab. Lagen reviderades 2022 för att precisera publiceringen av Yles textinnehåll.

Yle ska erbjuda ett mångsidigt och heltäckande public service-utbud som är tillgängligt för alla och på lika villkor.

Bolagets uppgift är att stödja demokrati, yttrandefrihet, bildning och lärande, stärka den nationella och regionala kulturen samt ta hänsyn till behoven hos specialgrupper och minoriteter. Dessutom har Yle särskilda uppgifter för att trygga kommunikationen under undantagsförhållanden.

Enligt 6 § i lagen om Rundradion Ab ska det förvaltningsråd som väljs av riksdagen se till och övervaka att uppgifter som hör till den programverksamhet som bedrivs i allmännyttigt syfte blir fullgjorda. I sitt uppdrag avger

1.1



Hjälp till Ukraina - Stor stödkonsert 2 samlade in över 8 miljoner euro för att stödja landet. Konserten arrangerades av Yle i samarbete med World Vision Finland, Rädda Barnen rf och Plan International Finland. Pengarna användes för att hjälpa barn, ungdomar och familjer som drabbats av kriget i Ukraina.

Bild: Raine Laaksonen / Yle

1.2

förvaltningsrådet årligen en berättelse till riksdagen om hur Yles uppgifter har fullgjorts under det föregående kalenderåret. Innan rapporten lämnas hör förvaltningsrådet Sametinget, vars utlåtande från 2023 har bifogats till berättelsen.

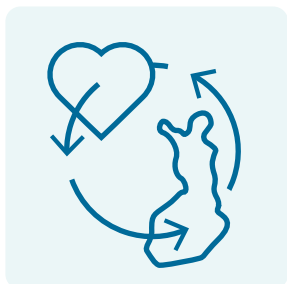
Den som bedriver rundradioverksamhet ska vara oberoende av politiska, ekonomiska och andra intressegruppers påverkan. Grunderna för public service-verksamheten definieras i en protokollsbilaga till Amsterdamfördraget (1997), som är en del av EU:s grundfördrag, samt i EU-kommissionens meddelande om offentlig finansiering av rundradioverksamhet (2009). Enligt Amsterdamprotokollet har rundradioverksamhet ett direkt samband med de demokratiska, sociala och kulturella behoven i varje samhälle samt med behovet av att trygga mångfalden i kommunikationen.

1.2 YLES STRATEGISKA RIKTLINJER OCH MÅL

I enlighet med sitt lagstadgade uppdrag ska Yle erbjuda innehåll och tjänster för alla på lika villkor. Yles radio- och tv-kanaler samt digitala tjänster når majoriteten av finländarna, och i Finland, liksom i övriga Norden, har public service-verksamheten ett brett stöd bland befolkningen. Förtroendet för Yle som mediebolag inom public service är också på toppnivå i internationell jämförelse.

Yles tillsvidare i kraft varande strategi *Gemensamt för alla, unikt för mig*, som förvaltningsrådet godkände år 2020, betonar Yles samhällliga värde och betydelse samt strävar efter att stärka relationen till alla finländare. Genomförandet av strategin utvärderas regelbundet inom bolaget med tanke på förändringarna i verksamhetsmiljön och Yles uppgift inom public service.

Yles syfte, värderingar och riktning



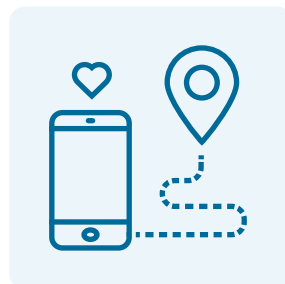
Syfte

Vi ökar förståelsen för varandra och omvärlden, vi stärker samhället och kulturen i Finland.



Värderingar

Vi är pålitliga och ansvarstagande – vi utför vårt uppdrag oberoende.
Vi inspirerar till kreativitet – vi ger modigt utrymme för nya idéer.
Vi har respekt för människan – tillsammans åstadkommer vi någonting bättre.



Riktning

Yle går mot de kommande hundra åren som en stark förnyare inom public service. Yle är gemensamt för alla och unikt för mig – för det finländska samhällets bästa.

I takt med att medieanvändningen och samhället förändras måste Yle kunna nå även sådana befolkningsgrupper som i dagsläget inte hittar eller upplever public service-innehållet relevant.

Yles mål är att stärka relationen till människor som lever på olika sätt genom att göra hela Finland ännu mer synligt samt öka interaktionen och närvaron bland människor. Enligt strategin kommer ytterligare satsningar även att riktas mot tjänster för barn och ungdomar, digital utveckling och partnerskap.

Strategin stöds av Yles långsiktiga mål som bolagets styrelse godkände våren 2023. De syftar till att stärka Yles varumärke och finländarnas relation till de digitala huvudtjänsterna, att ännu bättre framhäva samhällets mångfald i innehållet samt att främja Yles roll som föregångare inom kompetens och förnyelse inom mediebranschen.

För att uppfylla målen fastställer bolaget årliga tyngdpunkter, som styr utvecklingen av Yles innehåll och tjänster samt fördelningen av resurser. Hit hör, utöver planering av utbudet, även satsningar på försörjningsberedskapen samt utveckling av Yle Arenan, webbplatserna yle.fi och svenska.yle.fi och Yle-appen så att de bättre uppfyller finländarnas personliga medieanvändningsbehov.

Mediernas verksamhetsmiljö befinner sig i en accelererande omvandling med nya tekniker som artificiell intelligens, vilket utmanar Yle och andra traditionella medieföretag på ett nytt sätt. Vid sidan av det inhemska medieinnehållet konkurrerar globala plattform- och teknikföretag om finländarnas tid, och det uppstår hela tiden nya aktörer inom branschen. I takt med utvecklingen ökar mängden medieinnehåll glo-



Serien *Livet inom autismspektrumet* (Kirjolla), som beskriver autismspektrumet på ett varmhjärtat sätt, vann en Gyllene Venla som årets program.

Bild: Henrietta Soininen / Yle

balt på ett aldrig tidigare skådat sätt, samtidigt som finländarnas medieanvändning blir alltmer fragmenterad på olika plattformar och enheter.

Den föränderliga medieanvändningen kräver att Yle ständigt förnyas sig och tar hänsyn till olika behov, eftersom andelen som endast nås med traditionell radio- och tv-distribution minskar. I det här läget är det nödvändigt för Yle att utveckla digitala tjänster och ett mer relevant utbud genom att utnyttja data för att public service-innehållet ska förbli intressant och för att användare i olika åldrar ska hitta det mitt i det växande utbudet.

Den ökande förekomsten av desinformation, felaktig information och annan vilseledande information på internet understryker betydelsen av ansvarsfulla inhemska medier som en garant för tillförlitlig informationsförmedling. Här

spelar Yle, som ett mångsidigt och jämlikt public service-mediebolag som är tillgängligt för alla, en central roll i fråga om tillförlitlig information, medborgarnas mentala kriställighet och samhällets kritiska beredskap, vilket också konstateras i statsrådets säkerhetsredovisning från 2022. Dessutom har Yle en viktig roll som främjare och arbetsgivare inom den inhemska kulturen och kreativa branschen.

På sina möten under rapporteringsåret behandlade förvaltningsrådet, i enlighet 7 § i rundradiolagen, verkställandet av Yles public service-uppdrag genom olika temahelheter och fick regelbundet en översikt över aktuella projekt som är viktiga för strategin, förändringar i verksamhetsmiljön och bolagets beredskapsverksamhet av bolagets ledning. Dessa behandlas närmare i kapitel 2 och 3 i berättelsen.



I SAVOlife fick man följa några unga vuxna som bor på landsbygden och deras liv.

Bild: Tommi Penttinen / Yle

Nyckeltal 2023

Gemensamt för alla, unikt för mig



Yle nådde
94 % av finländarna
varje vecka



3 tv-kanaler,
18 860 timmar
program



6 radiokanaler,
82 210 timmar
program



Innehåll på
12 språk*



247 timmar innehåll på
teckenspråk på finska och
finlandssvenska

190 timmar
syntolkning

99 timmar nyheter
på lätt finska och
lätt svenska

Yleskatten
0–163 € / person

Omsättning
527,3 mn €

Kostnader
525,3 mn €

Finlands mest använda tjänster på webben



Över 26,6 miljoner besök på webb-
och mobiltjänsterna varje vecka



Yle.fi och Yle-appen nådde
2,1 miljoner finländare varje vecka



Mer än 21 miljoner uppspelningar
på Yle Arena varje vecka

Finlands mest betrodda mediebolag



84 % av finländarna
litar på Yles nyheter
32 orter i Finland
7 korrespondenter,
10 medhjälpare
2 967 fast anställda
sakkunniga inom
sitt område

Den kreativa branschens motor



97,1 mn € för inhemska visningsrätter,
musikens upphovsersättningar och andra
tjänster inom programverksamheten



Vi finansierade
9 långa och **12 korta**
inhemska filmer



Vi sysselsatte **4 122**
frilansare inom
branschen

* på finska, svenska, nord-, enare- och skoltsamiska, finskt och finlandssvenskt teckenspråk, romani, karelska, engelska, ryska och ukrainska.



Förändringar i verksamhetsmiljön

2

2.1 KOMMUNIKATIONSPOLITIK OCH REGLER FÖR KOMMUNIKATION

Statsrådet tillsatte den 12 oktober 2023 en parlamentarisk arbetsgrupp för att utvärdera Yles public service-uppdrag och finansiering. Arbetsgruppen ska avge sitt utlåtande före slutet av riksdagens vårsession 2024. I samråd med centrala intressentgrupper och experter utvärderar arbetsgruppen Yles finansiering, förhållandet till kommersiella medier och eventuella behov av ändringar i Yle-lagen. Den parlamentariska arbetsgruppen består av representanter för alla riksdagspartier.

Även i Sverige tillsatte regeringen i februari 2023 en parlamentarisk kommitté som har till uppgift att förbereda ramarna för rundradiobolagens nästa koncessionsperiod. På grundval av ett omfattande utredningsarbete utvärderar kommittén de tre rundradiobolagens (SVT, SR och UR) finansiering och uppgifter, tillsynen av dem samt nödvändig lagstiftning för åren 2026–2033. Kommitténs rapport blir klar våren 2024.

Det klagomål som Sanoma Media Finland Oy lämnade in 2021 mot det statliga stödet för Yle Arenans VOD-innehåll

(video-on-demand) och Yles digitala innehåll för lärande behandlas av EU-kommissionen. Det är inte känt hur lång tid behandlingen kommer att ta. Sanoma anser att Yles publiceringsverksamhet på ett avgörande sätt försvagar konkurrensförutsättningarna för kommersiella läromedels- och videotjänstföretag på marknaden och anser att Yles finansiering i detta avseende strider mot statsstödsreglerna. Kommunikationsministeriet, som representerar Finlands regering, har under åren 2021–2023 lämnat sex svar till kommissionen där det bestrider Sanomas påståenden.

Betydande projekt för reglering av medier är under arbete

Under 2023 behandlade EU:s lagstiftare flera stora regleringsprojekt som påverkar mediernas verksamhetsmiljö.

I december 2023 kom EU-parlamentet, -rådet och -kommissionen överens om ett preliminärt förslag till en förordning som syftar till att säkerställa mediernas oberoende och mångfald på EU-nivå. Mediefrihetsakten (European Media Freedom Act, EMFA) innehåller även bestämmelser om public service-verksamhet, till exempel mekanismer för att säkerställa oberoende och hållbar, förutsägbar finansiering. Rättsakten kan medföra behov av ändringar i Yle-lagen.

EU-lagstiftarna kom också preliminärt överens om en förordning om

2.1



Bild: Karl Vilhjalmsson / Yle

artificiell intelligens, som även medför nya skyldigheter för Yle i egenskap av utvecklare och användare av AI-system i fråga om teknisk säkerhet, integritet, datahantering och transparens.

De ändringar av upphovsrättslagen som infördes för att verkställa EU:s upphovsrättsdirektiv och webbsändningsdirektiv trädde i kraft den 3 april 2023. Därmed är sociala medier ansvariga för användningen av upphovsrättskyddat material i sina webbtjänster. Upphovsmännens och de utövande konstnärernas ställning i avtalsförhållanden stärktes.

Ändringen av upphovsrättslagen innebär nya begränsningar av upphovsrätten, till exempel vad gäller text- och datautvinning. I det andra skedet av reformen av upphovsrättslagen, som genomförs senare, behandlas andra lagändringar som gäller exempelvis sändning och vidareändring av tv- och radioprogram. Ändringarna som gäller vidareändring kan påverka distributionen av Yles tv-ka-

naler i kabel-tv-näten och de kostnader som detta medför för Yle.

Rättsakten om digitala marknader (Digital Markets Act, DMA) och rättsakten om digitala tjänster (Digital Services Act, DSA), som gäller stora internetplattformar, gick vidare till det ikraftträdande skedet. Rättsakten om digitala marknader strävar efter att förbättra konkurrensförutsättningarna för mindre företag på den digitala marknaden i förhållande till de stora plattformar som dominerar marknaden. Rättsakten om digitala tjänster förpliktar plattformsföretag att ingripa effektivare i lagstridigt innehåll på deras plattformar och förutsätter större transparens av dem. Rättsakten om digitala tjänster ställer krav på moderering av chatt- och diskussionstjänster, som Yle måste ta hänsyn till i sina applikationer.

I Finland föreslog justitieministeriets arbetsgrupp för offentlighetslagen i december 2023 ett betänkande om att



Matcherna och studiosändningarna från damernas fotbolls-VM nådde sammanlagt 2,4 miljoner titlare på Yles kanaler. Turneringen vanns av Spanien, som slog England med 1-0 i finalen.

Bild: Getty Images

bolag som omfattas av statens bestämmelser, såsom Yle, ska omfattas av offentlighetslagen i den utsträckning som de utövar ekonomisk verksamhet på marknaden annat än i konkurrenssituationer. Om offentlighetslagen börjar omfatta Yle torde detta ske åren 2026–2028, beroende på tidtabellen för behandlingen av lagen och den eventuella övergångstiden.

2.2 UTVECKLINGEN PÅ MEDIEMARKNADEN

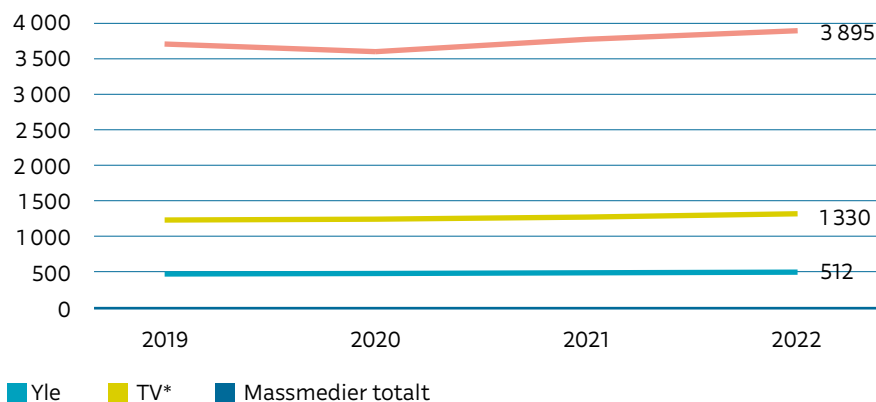
Streamingtjänsternas tillväxt kom till vägs ände år 2023, och de globala digitala jättarna meddelade om massuppsägningar. Den ekonomiska osäkerheten, de ökade levnadskostnaderna, inflationen och branschinternta orsaker bidrog till förändringarna. För att stärka lönsamheten har de globala plattform- och teknikbolagen minskat sina kostnader.

Var tredje anställd i Silicon Valley förlorade sitt arbete. Antalet anställda minskade bland annat på Amazon, Microsoft och Alphabet, som ägs av Google och YouTube. Även Meta, som äger Facebook, Instagram och snabbmeddelandetjänsten WhatsApp, samt X (tidigare Twitter), som har övergått i Elon Musks ägo, sade upp medarbetare.

Utvecklingen påskyndades av ökad konkurrens om reklampengar, AI-företagens snabba tillväxt och populariteten hos kinesiska ByteDance-ägda TikTok. Bolaget växte globalt och expanderade till nya branscher som e-handel, bokutgivning och podcaster. ByteDances mål är att skapa en produkt i västvärlden som liknar den kinesiska superappen WeChat, där användarna kan hitta allt de vill ha i fråga om underhållning, information, sökmotor, sociala nätverk och e-handel. Detta är en utmaning för alla större plattformsföretag.

2.2

Massmediemarknadens värde i Finland, miljoner euro



*innehåller också hela Yle (tv, radio, webbtjänster)

Källa: Statistikcentralen, Yle

TikToks popularitet återspeglas också på streamingmarknaden. Kortfilmer har blivit allt vanligare i och med TikTok, och det är framför allt yngre åldersgrupper som tittar på streamingtjänster. Detta har bidragit till YouTube Shorts-kortvideornas växande popularitet.

I stället för att öka antalet tittare strävar allt fler aktörer efter att förbättra lönsamheten genom nya förtjänstmodeller, såsom abonnemangsalternativ med reklam. Utvecklingen påskyndades av stora fusioner inom branscher såsom sammanslagningen av Warner och Discovery.

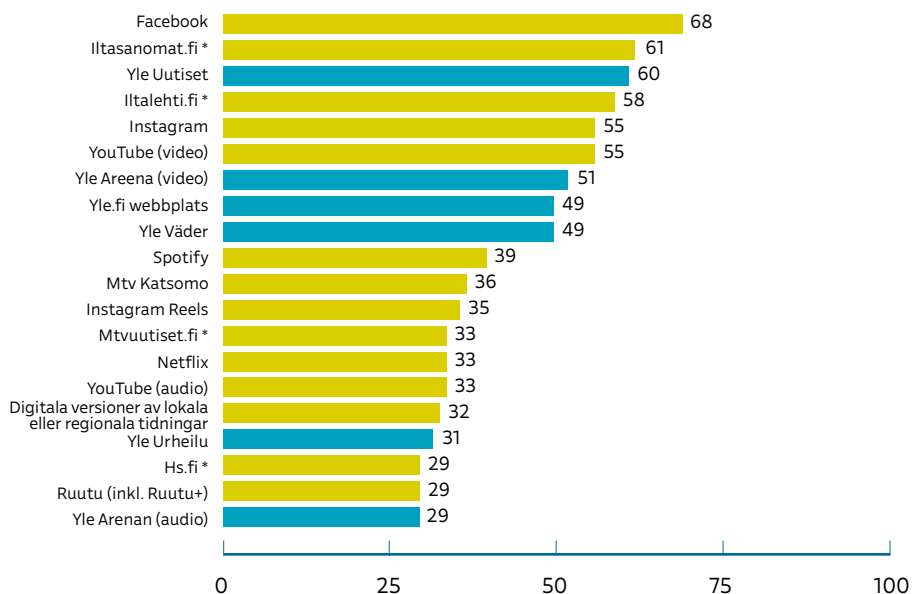
Strejker i Hollywood stoppade dramaproduktionen för amerikanska streamingtjänster i flera månader, vilket ledde till ökad efterfrågan på reality

och dokumentärer och ökade priserna på äldre tv-serier. Internationella dramaproduktioner minskade överallt.

Priskonkurrensen gällande sporträttigheterna fortsatte för de mest betydande evenemangens del. I takt med att det traditionella tv-tittandet minskar blir sporten allt mer intressant för streamingtjänster, vilket höjer priserna på visningsrättigheter för de mest populära sporterna. Mindre sporters synlighet blir samtidigt allt mer kopplad till streamingjättarnas ekonomi.

Samtidigt blev reklamfinansierade FAST-tjänster (free ad-supported streaming television) vanligare på marknaden. Kanaler som distribueras via internet behöver inte någon traditionell tv-kanalplats, utan de distribueras av

Webbtjänsternas veckoräckvidd hösten 2022, procent



■ Yles innehåll ■ Innehåll från andra webbtjänster * eller dess applikation n = 2 421

Källa: Befolkningen över 15 år, KMK-undersökning 2023, Norstat

till exempel en tv-tillverkare eller streamingtjänst. Det är därför kostnadseffektivt att etablera FAST-kanaler.

FAST-kanaler, som sänder exempelvis populära barnprogram, sport eller programklassiker, konkurrerar framöver med traditionella tv-aktörer och nyhetsmedier om annonsintäkter även i Europa. FAST-tjänsternas omsättning år 2023 var uppskattningsvis 7,2 miljarder dollar, och den förväntas fortsätta växa kraftigt. I Finland erbjuds FAST-kanaler redan av tv-apparattillverkare samt av Sanoma-koncernens streamingtjänst Ruutu.

Även audiomarknadsjättarna Spotify, Apple och YouTube minskade sina utgifter. Lyssnandet på olika typer av digitalt ljudinnehåll ökar dock och man ser ännu inga gränser för tillväxten, till skillnad från streaminginnehåll där en del av konsumtionen styrs till kortfilmer.

I Finland fortsatte företagsförvärvet på medieområdet. Sanoma-koncernen köpte tidningen Länsi-Suomi, som utkommer i Raumo och som i början av 2024 fusionerades med Satakunnan Kansa, samt stadstidningen Raumalainen. Den svenska mediekoncernen Bonnier köpte 51 procent av Hufvudstadsbladet Ab (tidigare KSF Media), och tog därmed över ansvaret för Hufvudstadsbladet, Västra Nyland, Östnyland och HBL Junior. Resten av bolaget ägs av tidningsarnas tidigare utgivare Konstsamfundet.

De inhemska nyhetsmediernas är präglades av en kraftig ökning av distributions- och tryckkostnaderna för papperstidningar. Flera tidningar, bland annat Ilkka-Pohjalainen, Kaleva och Karjalainen, slutade ge ut en papperstidning på söndagar. Även antalet kostnadsfria stadstidningar minskade.

Den ekonomiska osäkerheten och de stigande kostnaderna satte också press på den finansiella situationen för många rundradio- och tv-bolag i och utanför Europa. Bland de nordiska rundradiobolagen rapporterade bland annat svenska SVT och SR samt norska NRK under 2023 om ytterligare sparkrav på grund av

ökad inflation, trots att deras finansiering har höjts.

I många länder har finansieringen frysts eller skurits ner, vilket har lett till att rundradiobolagen har tvingats minska sin verksamhet och sin personalstyrka. Exempel på sådana bolag är SRG SSR i Schweiz och ORF i Österrike samt BBC i Storbritannien, vars licensavgifter har frysts för 2022–2024. I synnerhet sådana rundradiobolag som finansieras av både licensavgifter och reklamintäkter har det svårt.

En förnyelse av den licensavgiftsbaserade finansieringsmodellen diskuteras eller förbereds i flera länder. Dessutom är finansieringen av rundradiobolagen föremål för politisk press, exempelvis i Italien och i flera östeuropeiska länder, där regeringarna har föreslagit kända nedskärningar i finansieringen.

Detta har också väckt diskussion om vilken finansieringsnivå rundradiobolagen behöver för att trygga sina public service-uppdrag och säkerställa tillgången till tillförlitlig information i en föränderlig medie- och informationsmiljö.

2.3 UTVECKLING AV MEDIEANVÄNDNINGEN

2.3

Det ryska anfallskriget mot Ukraina, oroligheterna i Mellanöstern, spänningar i den internationella politiken och den ekonomiska konjunktturnedgången återspeglas i mediekonsumtionen. Samtidigt som en del konsumenter följer nyheterna mer än tidigare blir det allt vanligare att undvika nyheter. De vanligaste orsakerna till detta är mängden nyheter, att samma ämnen återkommer i alla medier och att nyheterna påverkar humöret negativt (Uutismedia verkossa 2023, Reuters).

I osäkra tider ökar efterfrågan på och behovet av underhållning vid sidan av tillförlitliga, faktabaserade nyheter. Det märks framför allt i populariteten hos

gamla favoritserier: många återvänder till bekant innehåll när framtiden är svår att förutse och kontrollera.

Medieanvändningen övergår i allt högre grad till digitala tjänster och allt fler enheter och plattformar. Nya smarta enheter och tjänster kommer också att göra medievanorna allt mångsidigare.

År 2023 nådde Yles tv-kanaler 75 procent av finländarna varje vecka (2022: 77 %). Räckvidden för Yles radiokanaler sjönk till 45 procent (2022: 52 %). Yles webb- och mobiltjänster (inklusive Yle Arenan) nådde fler än tidigare, 81 procent av befolkningen varje vecka. Webb-tjänsternas räckvidd ökade med 8 procentenheter jämfört med året innan (KMK-undersökningen, Norstat 2023, IRO Research Oy 2022).

Enligt en undersökning som gjordes av Finnpanel tillbringade finländarna 3,5 timmar om dagen framför tv:n eller streamingtjänster år 2023. Av hela befolkningens tittande var 71 procent tittande på tv-kanaler, medan 29 procent av tiden gick åt till streaming- och videotjänster. Bland personer under 45 år var streamingtjänsterna däremot i topp – 62 procent av tiden tillbringades på dem.

Yle var det populäraste mediebolaget, och tittarna följde dess kanaler i 1 timme och 4 minuter per dag. Både de kommersiella kanalernas andel av tittandet och den tid som tillbringades på inhemska streamingtjänster ökade jämfört med föregående år. De populäraste streamingtjänsterna bland finländarna på månadsnivå var Yle Arenan, YouTube och MTV Katsomo. Vartannat hushåll i Finland prenumererade på avgiftsbelagt medieinnehåll.

År 2023 lyssnade genomsnittsfinnlän-daren på radio i 2 timmar och 16 minuter om dagen, det vill säga sju minuter mindre än föregående år. Yles radiokanaler lyssnade man på i genomsnitt 1 timme och 7 minuter om dagen. Den populäraste radiokanalen var fortfarande Yle Radio Suomi, vars andel av

lyssningen, i likhet med fjolåret, var 34 procent (TV-vuosi ja Radio-vuosi 2023, Finnpanel).

Utöver traditionell radioutrustning lyssnar man allt oftare på radio via audiotjänster. 82 procent av finländarna under 65 år lyssnar på digitalt audio-innehåll, såsom musik och poddar, varje vecka. Efterfrågan på poddar fortsatte att vara stark i takt med att marknaden fortsatte att växa (Näin suomalainen kuuntelee – Digi-audiotutkimus 2023, RadioMedia).

Falsa nyheter, felaktig information och desinformation som sprids på onlin-plattformar hotar förtroendet för ansvarsfulla medier. Med hjälp av artificiell intelligens går det till exempel att bearbeta video och ljud på ett sätt som gör det allt svårare att skilja mellan äkta och artificiellt innehåll. Förmågan att förstå metoder för att digital påverkan blir alltså en allt viktigare medborgarfärdighet vid sidan av traditionell medieläskunnighet.

Finland och de övriga nordiska länderna ligger fortfarande i topp när det gäller förtroendet för medierna, som är klart högre än i EU-länderna i genomsnitt. Finland skiljer sig också ur mängden på så sätt att medborgarna anser att offentligt finansierade nyhetstjänster är viktiga eller ganska viktiga för samhället. I Reuters Institutets undersökning Uutismedia verkossa 2023 hade 79 procent av finländarna denna åsikt. Siffran var den högsta i en internationell jämförelse av 19 länder.

2.4 UTVECKLING AV MEDIETEKNIK

Inom tekniksektorn erövrade applikationer för generativ artificiell intelligens, såsom GPT (generative pre-trained transformer) år 2023 nästan alla branscher – inklusive medierna. Stora amerikanska företag satsar stort på hantering av datamassor och kommersiella

applikationer av generativ AI. Europeiska aktörer har hamnat på efterkälken i den hårdnande konkurrensen.

Språkmodeller utvecklas och tillämpas också i Finland genom samarbete mellan företag och forskare inom branschen, och även Yle arbetar med egna försök som kan bidra till innehållsproduktionen. I dagsläget står dock bristen på en fungerande finskspråkig språkmodell i vägen för ett omfattande utnyttjande av artificiell intelligens.

Artificiell intelligens är redan starkt involverad i den audiovisuella produktionen. Yle och andra medieaktörer använder sig av artificiell intelligens för att omvandla text till tal (ljudtextning) och för att omvandla tal till text (transkribering). Tekniken möjliggör mångsidiga produktionslösningar som bildskapande eller videoredigering med hjälp av text. Den allt större användningen av artificiell intelligens har också ökat diskussionen om etiska frågor och möjliga risker. Yle har svarat på detta genom

att år 2023 utarbeta Yles principer för ansvarsfull artificiell intelligens.

En viktig milstolpe inom tv-distributionen nåddes år 2023, när Yle och de kommersiella tv-bolagen kom överens om att avsluta den traditionella SD-distributionen i mars 2025.

Världsradiokonferensen WRC-23 beslutade om användning av tv-frekvenser över hela världen. Samtidigt utvärderades möjligheten att vid behov överföra frekvenser från marksända tv-nät till 5G-nät. Detta skulle förbättra digitaliseringens framsteg och tillgodose det ökande behovet av kommunikationskapacitet som beror på att mediekonsumtionen övergår till streamingtjänster.

Inom medieproduktionen fortsatte övergången från dedikerade video- och ljudlösningar till moln-, IP- och programvarubaserade lösningar. Förändringen är tekniskt stor och förändrar också medieföretagens verksamhet och kompetensbehov avsevärt.



Den inhemska cringekomedin Limbo, som släpptes i åtta delar på Yle Arenan, var mycket populär bland 15–29-åringar.

Bild: Yle



3.1 YLE I RADIO, TV OCH PÅ WEBBEN

Yle svarar på den förändrade medieanvändningen genom att förnya sin digitala publicering och sina traditionella radio- och tv-kanaler så att de stödjer varandra. Utgångspunkten är att Yle, när medieanvändningen fragmenteras, på ett aktuellt sätt kan erbjuda public service-innehåll till alla på lika villkor såsom det lagstadgade uppdraget förutsätter.

Yle satsar särskilt sina resurser på att utveckla sina **digitala huvudtjänster**, det vill säga Yle Arenan samt Yle.fi och svenska.yle.fi-webbplatserna och Yle-appen, så att innehåll kan erbjudas på ett ännu mer relevant sätt för olika finländares behov. Digital publicering kräver allt mer personlig service med hjälp av kunddata, så att användarna hittar innehållet i den nya mediemiljön. Därför strävar Yle efter att främja inloggad användning av sina digitala tjänster för att kunna vidareutveckla utbudet.

Yle Arenans betydelse som publiceringsplattform för public service-innehåll ökar och den används av finländare i alla åldrar. Från och med december 2023 måste man logga in med ett Yle-konto för att kunna använda Yle Arenans mobilappar. Genom att logga in kan användaren till exempel välja ämnesområden baserat på sina egna preferenser och lättare hitta innehåll som intresserar på Yle Arenan. I rekommendation av inne-

håll följer Yle principer som stöder sig på public service-uppdraget. Förändringen ledde till att antalet aktiva inloggade användare av Yle Arenan ökade betydligt i slutet av året. Yle Arenan kan användas via en webbläsare utan att logga in.

På Yles **radio- och tv-kanaler** förnyades programmen under året, men det skedde inga större förändringar i kanalernas profiler. Enligt den tidigare planen tystnade radiokanalen Yle Puhe i början av 2024 och ljudinnehållet överfördes till Yle Arenan. Radiosporten flyttades från talkanalen till Yle Radio Suomi.

Bolaget fortsatte att förnya **audioinnehållet** i enlighet med strategin. Under våren 2023 tog Yle hem de sista poddarna på finska, främst för ungdomar, från Spotify till Yle Arenan. Beslutet att flytta poddarna från tredjeparts plattformar till Yle Arenan har visat sig fungera och har ökat lyssnandet på ljudinnehåll på tjänsten, särskilt bland 15–29-åringar. I Spotify och Apples poddkataloger publicerar Yle numera endast det veckovisa aktualitetsprogrammet All Points North, som betjänar den engelskspråkiga publiken.

Förvaltningsrådet konstaterade i december 2022 att ljudinnehåll som publiceras på Yle Arenan eller i bolagets andra webbtjänster är en viktig del av Yles public service-uppdrag. Våren 2023 fastställde förvaltningsrådet en plan för verkställandet av ett beslut om förhandsprövning av ljudinnehåll som publiceras på webben. Enligt rekommendationerna följer Yle upp konkurrens- och marknadseffekterna av sitt audio on demand-utbud årligen. Dessa kommer i fortsättningen att rapporteras regelbundet i förvaltningsrådets årsberättelse till riksdagen.

3.1

.....
Käärijä vann Tävlningen för ny musik och kom på andra plats i Eurovisionen med sin låt Cha Cha Cha. Eurovisionsfinalen nådde 2,8 miljoner tv-tittare.

Bild: Miikka Varila / Yle

YLES AOD-INNEHÅLLS RÄCKVIDD OCH LYSSNINGSANDEL PÅ DEN FINSKA PODDMARKNADEN

Räckvidden per vecka för Yle Arenans poddar var från mars till november 2023 i genomsnitt 11 procent (Finnpanel, data från övriga månader är inte tillgängliga). 2022 var siffran nästan densamma, 12 procent.

Under 2023 var de tjänster för poddlyssning som hade störst räckvidd i Finland Spotify (18%) och YouTube (12%). Yle Arenan hade den tredje största räckvidden.

Mätt i lyssningstid stod Yle Arenans poddar för cirka 16 procent av allt poddlyssnande. Lyssningsandelen för Yle Arenans poddar har beräknats så att Yle Arenans egna poddata om den tid som använts för att lyssna på poddar har satts i förhållande till den nationella radioundersökningens veckolyssningsstatistik för poddar.

LÄGET PÅ AUDIOMARKNADEN

Lyssnandet på digital audio ökar och blir allt mer mångsidigt. Åtta av tio finländare lyssnar på digital audio varje vecka. Med digital audio avses i detta sammanhang webbradio, inspelningar av radioprogram, poddar samt musik (Näin suomalainen kuuntelee – Digiaudio 2023, 19.9.2023).

Enligt undersökningsföretaget Kantar tillbringade finländarna mellan 15 och 74 år nästan 10 timmar om dagen med media under 2023 (en del av användningen är överlappande). Enligt Kantar ökade procentuellt sett "streamingtjänster för musik samt andra audio- och poddtjänster, som publiken använde ungefär 10 procent mer jämfört med 2022" mest. (Kantar, 14.11.2023)

Ökningen av lyssnandet märks också i nya aktörer och pengar. På den finska poddmarknaden är det framför allt de nordiska aktörerna som söker tillväxt vid sidan av de inhemska aktörerna. Den senaste tillskottet är den danska audiotjänsten Podimo som inledde sin

verksamhet i Finland i augusti 2022. Podimo berättade under hösten att man ökat antalet besökare i Finland med 70 procent och antalet betalande beställare med 400 procent från årets början (Podimo, 30 augusti 2023).

Enligt IAB, som främjar digital marknadsföring och reklam, ökade värdet på den digitala audiomarknaden i Finland till över sju miljoner euro 2022, en ökning på 27 procent. Uppskattningen för 2022 offentliggjordes hösten 2023 (IAB, 22.9.2023).

När man beaktar all kommersiell radio, både i traditionell och i digital form, ökade reklamintäkterna från kommersiell radio som helhet år 2022 med fyra procent till 71 miljoner euro (Statistikcentralen 22.11.2023).

I Sverige överträffade digital audio, som ljudböcker, streamad musik och poddar, för första gången radions räckvidd i slutet av 2023, berättar undersökningsföretaget Mediavision baserat på sin undersökning i december.

BEDÖMNING AV MARKNADSPÅVERKAN AV YLES AOD-INNEHÅLL

Enligt en bedömning från konsultföretaget Copenhagen Economics som publicerades i samband med Yles förhandsprövning av ljudinnehåll som erbjuds på webben (31.8.2022) snedvrider Yle inte innehållshanteringsmarknaden på ett orimligt sätt. Förvaltningsrådet använde bland annat denna bedömning som grund för sitt avgörande i förhandsprövningen av Yles ljudinnehåll den 13 december 2022.

Efter CE:s utlåtande har marknaden utvecklats i den riktning som beskrivs ovan, bland annat genom att marknadens värde har ökat och utbudet av leverantörer av ljudinnehåll på webben har ökat. Med beaktande av marknadssituationen och Yles audios tyngdpunkter för 2024 anser förvaltningsrådet att Yle fortfarande inte snedvrider innehållshanteringsmarknaden på ett orimligt sätt.

År 2023 gjorde förvaltningsrådet inga nya förhandsprövningar av Yles innehåll eller tjänster. I november 2023 beslöt förvaltningsrådet att en förhandsprövning inte behöver inledas på grund av den begäran som gjorts om förhandsprövning av personanpassning och inloggningen i Yle Arenan.

För digital publicering av Yles textinnehåll har bolaget verksamhetsmodeller och uppföljningssystem som uppfyller kraven i Yle-lagen, som förnyades föregående år. De ansvariga redaktörerna har instruerat alla innehållsenheter att tillämpa lagändringen.

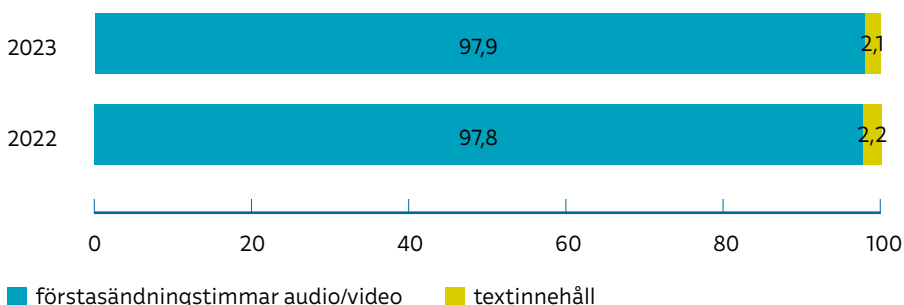
År 2023 uppdaterade bolaget sin policy för sociala medier, som definierar målen och principerna för Yles verksamhet på sociala medier. En styrgrupp bestående av ansvariga för innehållsenheterna övervakar genomförandet av riktlinjerna, följer upp fenomen i sociala medier och fattar vid behov snabba beslut om de plattformar i sociala medier som bolaget använder. Under året minskade Yles aktiva konton i sociala medier med en tredjedel.

YLE-LAGEN OM TEXTINNEHÅLL

Enligt den nya 7.1 § i Yle-lagen ska innehållstjänsterna huvudsakligen vara inriktade på publikationer som innehåller rörlig bild eller ljud. Innehåll i textform ska i regel hänföra sig till bolagets publikationer som innehåller rörlig bild eller ljud. Tillåtna undantag enligt lagens 7.3 § är: kultur, lärande, kort nyhetsinnehåll från FNB, snabba och korta nyheter, nyheter på minoritetsspråk och myndighetsmeddelanden.

Yles förvaltningsråd övervakar efterlevnaden av 7 § i Yle-lagen och konstaterar på grundval av uppföljningsuppgifterna att Yles publiceringsverksamhet följer lagändringarna som gäller innehåll i textform, ljud och bild. År 2023 var nästan 98 procent av Yles premiärtimmar video- eller ljudinnehåll och bara drygt två procent textinnehåll.

Andelen innehåll i textform av Yles förstasändningstimmar, procent



Förstasändningstimmar på Yles egna plattformar 1.8–31.12.2022. Textinnehållet har ändrats till timmar enligt en genomsnittlig läshastighet på 183 ord per minut.

YLES KANALER OCH TJÄNSTER

År 2023 publicerade Yle program och tjänster på sex rikstäckande FM-radiokanaler och digitala radiotjänster, tre kanalplatser i tv samt på webben.

YLES TV-KANALER

- **Yle TV1** - nyhets-, aktualitets- och faktagprogram samt dramakanal
- **Yle TV2** - en sport- och underhållningskanal speciellt riktad till barn, ungdomar och familjer
- **Yle Teema & Fem** (delad kanalplats)
 - Yle Teema - en kanal för kultur, historia och vetenskap
 - Yle Fem - ett heltäckande programutbud för finlandssvenskar samt personer som är intresserade av svenskspråkigt och nordiskt innehåll

Alla tv-kanaler finns även tillgängliga som HD, det vill säga högupplösning.

YLES RADIOKANALER OCH TJÄNSTER

- **Yle Radio 1** - en kanal för kultur och klassisk musik
- **Yle Radio Suomi** - en kanal för nyheter, aktuella och regionala program
- **YleX** - en kanal för populärkultur
- **Yle Puhe** - talkanal (Yles förvaltningsråd beslöt den 7 februari 2023 att avsluta kanalen innan sommaren 2024)
- **Yle Vega** - kanal för svenskspråkiga nyheter, regionala, kultur-, sport- och aktualitetsprogram
- **Yle X3M** - svenskspråkig ungdomskanal
- **Yle Mondo** - flerspråkig radiotjänst i huvudstadsregionen
- **Yle Klassinen** - klassisk musik utan avbrott, digital radiotjänst på nätet
- **Yle Sámi Radio** - kanal i norr på tre samiska språk

YLES WEBBTJÄNSTER

- **Yle Arenan** - inspelningar av radio- och tv-program, förhandssändningar och poddar samt direktsändning av Yles radio- och tv-kanaler
- **Yle.fi och Yle-appen** - Yles digitala nyhets- och evenemangstjänst erbjuder aktuella nyheter, sport, evenemang samt fenomen och samtalsämnen
- **Svenska.yle.fi** - motsvarande webbtjänst på svenska, innehåller även en BUU-helhet för barn samt innehåll för lärande
- **Yle Teksti-TV** och **Yle Text-TV** - nyheter, sport och programinformation
- **Yle Sápmi** - innehåll på tre samiska språk

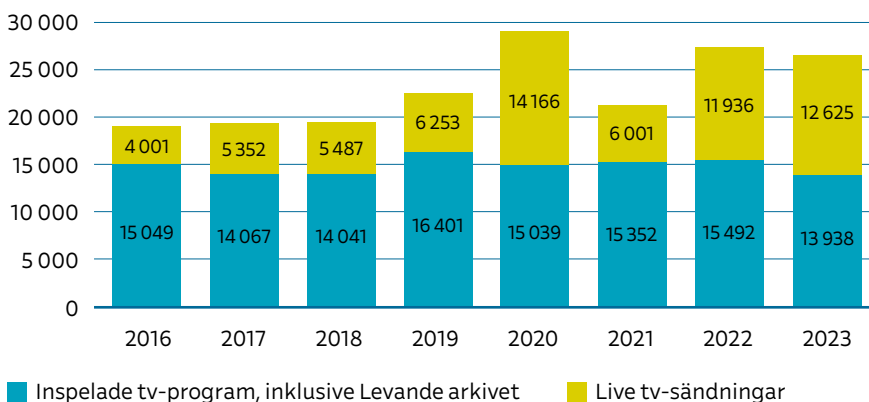
Närvaro i sociala medier är ändå viktig för att nå ut till unga och unga vuxna och som ett verktyg för att bygga dialog. Yle strävar efter att på sina sociala medieplattformar i synnerhet nå publik under 45 år som annars inte använder eller hittar Yles innehåll. På så sätt har bolaget lyckats styra användarna till Yles egna tjänster.

I slutet av 2023 utarbetade Yle principer för ansvarsfull artificiell intelligens som styr användningen av artificiell intelligens och utvecklingsarbetet inom hela bolaget. Yle använder artificiell intelligens för att bättre kunna förverkliga sitt public service-uppdrag och sina värderingar i en föränderlig mediemiljö. Utvecklingen av artificiell intelligens inom Yle sker i nära samarbete med inhemska partner, företag och forskare. Målet är att arbetet ska betjäna hela det finländska samhället på bred front.

I enlighet med sitt uppdrag erbjuder Yle under året en mångsidig helhet av public service-innehåll i radio, tv och på webben: nyheter och aktualiteter, fakta, drama och kultur, stimulerande underhållning, innehåll som utvecklar lärande och allmänbildning samt innehåll för barn och ungdomar. Bolaget använde sig av nya sätt att berätta inom alla genrer för att möta den accelererande förändringen i medieanvändningen.

Innehållet omfattade ett brett spektrum av aktuella nyhetsändelser och samhällsfenomen, olika regioners och människors vardag, en mångfald av kultur och konst samt samhällsupplevelser och evenemang som förenar medborgarna. Yle eftersträvar hög kvalitet, mångsidighet och differentiering i sitt innehållsutbud i enlighet med public service-uppdraget.

Antal timmar för inspelade tv-program och direktsändningar på Yle Arenan 2016–2023



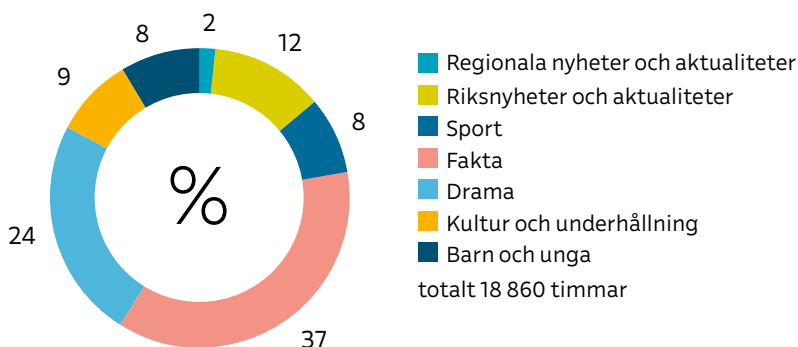
I Yles nyhets- och aktualitetsverksamhet var 2023 fullt av **stora och revolutionerande nyhetshändelser**. Hit hörde bland annat Rysslands invasionskrig i Ukraina, krisen i Mellanöstern, Finlands anslutning till Nato, vårens riksdagsval, den nya regeringens första tid, USA:s presidents besök, skadan på gasledningen mellan Estland och Finland, Rysslands åtgärder vid östgränsen och inledningen av presidentvals kampanjen.

Under riksdagsvalet erbjöd Yle ett omfattande utbud av valinnehåll som en del av stödet för demokratin. Yles valperiod började i mars när valkompassen öppnades och avslutades med en resultatkväll på dagen för riksdagsvalet. Diskussioner om teman som är viktiga för samhället erbjöds också på ryska, arabiska, engelska, somaliska och lätt finska.

Yles nyhetsverksamhet har, som en del av försörjningsberedskapen, en central roll som trygghet av tillförlitlig infor-

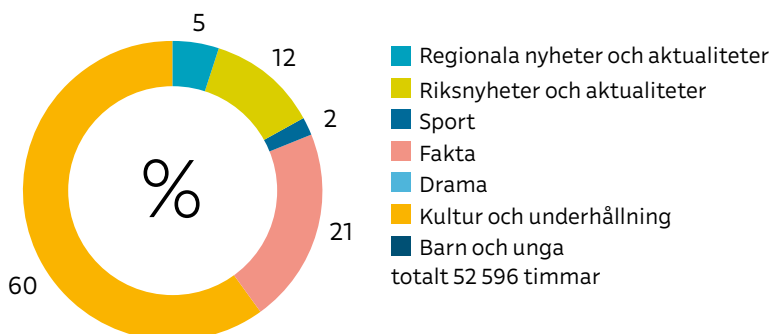
Innehållens andel av programtimmarna i tv 2023,

procent



Innehållens andel av programtimmarna i radio 2023,

procent



mationsförmedling. Verksamhetsmodeller som ingår i beredskapen testades och övades under året. För störningssituationer har bolaget ett reservsystem, tjänsten vara.yle.fi, dit nyheterna kan hänvisas vid behov. Sändningsverksamheten kan vid behov även delas upp mellan de regionala redaktionerna.

I juli 2023 meddelade Yle och det svenska rundradiobolaget SVT att de kommer att stärka sitt samarbete för att vid behov kunna stödja varandras nyhetsproduktion i krissituationer. Möjligheten till förändringar utreds för närvarande inom ramen för ländernas lagstiftning och bolagens uppdragsbeskrivningar.

För att främja mångstämmighet fokuserade Yle särskilt på unga, mångsidighet i fråga om nyhetsteman och

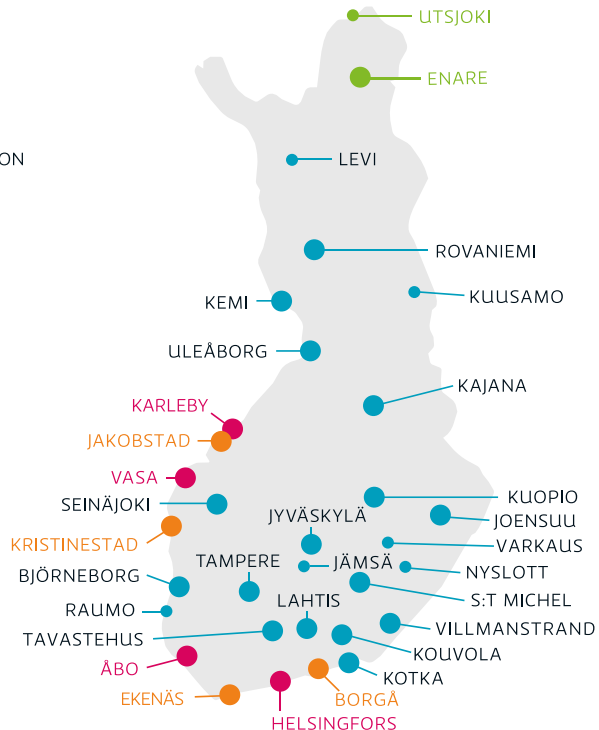
perspektiv samt regionernas synlighet. Ungdomsnyhetsredaktionen utvecklar digitala sätt att berätta, till exempel korta förklarande nyhetsvideor, som når ungdomar via Yles egna tjänster och sociala medier.

Yle har finsk- och svenskspråkiga lokalredaktioner på 32 orter. Genom redaktionernas samarbete produceras regelbundet innehåll från regionerna även för de riksomfattande nyheterna, vilket gör utvecklingen och särdragen i de olika regionerna synliga i hela Finland. Yle har under de senaste åren stärkt nätverket av finskspråkiga lokalredaktioner genom att etablera nya redaktioner i landskapen. År 2023 inrättades en lokalredaktion med en anställd i Levi i Kittilä.

Yle genomförde också ett nytt slags förortsprojekt som stöder journalisti-

Yles regionala redaktioner

- FINSKSPRÅKIG REDAKTION
- SVENSKSPRÅKIG REDAKTION
- FINSK- OCH SVENSKSPRÅKIG REDAKTION
- SAMISK REDAKTION



kens mångfald, där journalisterna fördjupade sig i livet i tio stadsdelar runt om i Finland. Målet var att berika nyhetsämnena och lyfta fram människor som vanligtvis inte syns i media. Under veckorna genomfördes tiotals temahelheter om allt från bostadsprisernas utveckling till förorternas vardag.

Under året förmedlade **Yle ett antal händelser som berörde nationen** i radio, tv och på Yle Arenan. Hit hörde bland annat statsbegravningen av president Martti Ahtisaari i Yle TV1, Yle Arenan och Yle Radio Suomi. Sändningen kunde följas på finska och svenska samt som syntolkad till finska och tolkad till teckenspråk på Yle Arenan. Yle distribuerade bildsignalen från begravningen till kommersiella mediebolag som MTV, Sanoma och Kaleva.

Ukraina-stödkonserten *Hjälp till Ukraina - Stor stödkonsert 2*, som ordnades för andra gången, samlade in över åtta miljoner euro till förmån för

Ukraina. Yle arrangerade konserten i samarbete med World Vision Finland, Rädda Barnen rf och Plan International Finland. Medlen gick till att hjälpa barn, ungdomar och barnfamiljer som drabbats av kriget i Ukraina

Till årets storsatsningar hörde också självständighetsdagens festligheter som nådde ut till fler än året innan. Yles tv-sändning *Fest på slottet* nådde 3,14 miljoner finländare. Huvudsändningen från slottsbalen syntolkades på finska och tolkades även till finskt och finlandssvenskt teckenspråk. Yle genomförde också för tredje gången en virtuell slottsbal på plattformen Roblox, som fick över 100 000 besökare. Försöket, som riktade sig till ungdomar och använde sig av en spelvärld, har även väckt intresse internationellt.

I Yles egenproducerade underhållning var det största evenemanget under 2023 *Tävlingen för ny musik (UMK)* och i och med det erövrade fenomenet Käärijä



Eleverna på Jyväskylän Normaalikoulu använde Yles app Flyttfåglarnas vår, som man kan använda för att identifiera fågelsång och skänka inspelningar till forskare.

Bild: Petri Aaltonen / Yle

Finland. Finland kom på en andra plats i Eurovisionen med låten Cha Cha Cha. Finalen nådde under kvällen nästan 2,8 miljoner tittare på Yle TV1. På Yle Arenan startades finalsändningen över 800 000 gånger. Eurovisionen refererades förutom på finska och svenska även på ryska, enare- och nordsamiska samt ukrainska.

Programmen som visas på Yles kanaler och Yle Arenan har vunnit ett flertal av tv-branschens Gyllene Venla-statuetter och intresserar tittare i alla åldrar. Till årets framgångar 2023 hörde bland annat serien *Livet inom autismspektrumet (Kirjolla)*, som på ett varmhjärtat sätt beskriver autismspektrumet och valdes till årets program, samt musikprogrammet *Mitt livs låt (Elämäni Biisi)* och aktualitetssatirprogrammet *En hård veckas kväll (Kovan viikon ilta)*.

Internationella idrottsmästerskap och inhemska evenemang hörde också till årets största satsningar, både i Yles finskspråkiga verksamhet och på Svenska Yle. Sporten samlade en miljonpublik kring vintersporten under VM-tävlingarna. Matcherna och studio-sändningarna under dam-VM i fotboll nådde totalt 2,4 miljoner tv-tittare på Yles kanaler. Mästerskapen fick också stor synlighet i Yles webbtjänster Yle Arenan, yle.fi, svenska.yle.fi och i Yle-appen. VM i friidrott i Budapest nådde också en miljonpublik.

Idrotten spelar en viktig roll som en källa till gemensamma upplevelser i ett samhälle med olika livsstilar. I sitt sportutbud lyfter Yle också fram grenar med färre utövare och ökar grenarnas synlighet. Yle har under många år arbetat målmedvetet och effektivt för att främja jämställdhet inom idrott och motion.

Genom fler partnerskap och delade visningsrätter har Yle lyckats behålla ett mångsidigt sportutbud och kan erbjuda ett omfattande utbud av grenar fram till decennieskiftet. Det gäller både internationella mästerskap och inhemska bollsporter. Yle tecknade ett treårigt avtal med Sanoma Oy som

innebär att utvalda matcher från Superpesisligan för damer och herrar, Tipsligan och Nationella ligan kommer att visas på Yles kanaler åren 2023–2025. Yle har också liknande samarbeten med Viaplay samt Telia/MTV gällande skid- och fotbolls-VM fram till 2026. Samarbeten behandlas närmare i kapitel 5.2.

Yles utbud av kultur- och faktainnehåll sträcker sig från olika konstområden till aktuella ämnen, historia, vetenskap och lärande. Faktainnehållet omfattar även ämnen som rör hälsa, välbefinnande och livsstil. Utbudet omfattar även discussionsprogram, kulturjournalistik samt ett brett utbud av dokumentärer och naturprogram från Finland och utlandet.

I faktainnehållet, liksom i Yles inhemska dramainnehåll, lyfts också det finska samhällets förändring och olika livsstilar med sina regionala och kulturella särdrag fram.

Utanför huvudstadsregionen har Mediapolis i Tammerfors en central roll inom Yle i fråga om att dokumentera det övriga Finland.

Några exempel på nya fakta- och dokumentärserier för olika målgrupper som lanserades år 2023 är vetenskapsserien *Supermänniskor (Superihmiset)*, *SAVOLife* som berättar om ungdomars liv i Savolax, *Halva jag? (Puolet minusta)* som belyser dna-testernas värld samt *När Finland förändrades – den rolösa tiden 1961–1981 (Kun Suomi muuttui -levottomat ajat 1961–1981)*, som lockade en stor publik i slutet av året.

Som ett nytt initiativ genomförde Yle år 2023 natur- och vetenskapsprojektet *Flyttfåglarnas vår (Muuttolintujen kevät)* tillsammans med Jyväskylän universitet och vetenskapscentret CSC. Projektet involverade också medborgarna. I samband med innehållshelheten utvecklades en app som användarna kan använda för att spela in och identifiera fågelsång. Samtidigt samlas värdefull information om fågelpopulationerna in i universitetets databas med hjälp av miljonernas inspelningar.

Som ett samhälleligt samarbetsprojekt genomförde Yle kampanjen *En miljon sopptårar* med målet att minska nedskräpningen, öka gemenskapen och bygga samarbetsnätverk mellan olika aktörer. 174 städer och kommuner samt 30 organisationer eller andra instanser var partner i kampanjen. Finländarna registrerade över 210 000 påsar med insamlad skräp under kampanjen.

Yles innehåll för lärande fokuserar på livslångt lärande, medie- och digitala färdigheter som är viktiga i dagens värld samt innehåll som stöder allmänbildningen. Utbildningsinnehållet är tillgängligt för medborgarna på lika villkor på webben och används tillsammans med annat Yle-innehåll, som Yle Arenan, bland annat i skolorna som undervisningsstöd. Yle erbjuder inte innehåll enligt läroplanen.

I lärandeinnehållet används allt mer interaktivitet så att användaren kan få nya perspektiv och kunskaper om olika teman genom att delta, exempelvis genom att göra tester.

I Yles kulturinnehåll behandlas olika konstarter och kulturella fenomen på ett brett sätt och med tonvikt på mångfald, så att även nya aktörer och framväxande fenomen lyfts fram. Kulturnyheter producerades dagligen i olika medier. Aktualitetsprogrammen inom kultur, *Kulttuuriykkönen* i radion på vardagarna samt tv-programmet *Kulttuuricoctail* som sänds en gång i veckan tar bland annat upp det mentala tillståndet inom inhemsk kultur, litteratur, nutidskonst och filmer.

Yle producerade ett brett spektrum av kulturserier både i ljud och video. I poddarna diskuterades både konst, vetenskap och samhällsteman, bland annat i serierna *Elävä historia*, *Sadan euron Edelfelt*, *Kansanmusiikin 10 käskyä* och *it-kupla.net*.

Förutom konserter och musikprogram förmedlade Yle kultur genom olika evenemang i radio, tv och på Yle Arenan. Under året spelade Yle bland annat in en konsert

från *Mestarit-turnén*, isbaletten *Snödrottningen (Lumikuningatar)* samt den andra delen av Wagners *Ring-operaserie*.

Radions symfoniorkester - RSO ger regelbundet konserter i Musikhuset i Helsingfors, där beläggningsgraden steg till 93 procent. Alla konserter förmedlas till finländarna via Yles kanaler i radio, tv och på Yle Arenan och når tiotusentals lyssnare varje vecka.

RSO beställde och framförde uruppföranden av verk av flera framstående finländska kompositörer, inklusive ett nytt verk av den nu avlidna, internationellt kända Kaija Saariaho. RSO:s inspelningar uppmärksammades i internationell press, och exempelvis ett album med musik av Lotta Wennäkoski tilldelades priset The Gramophone Award, som är det största inom skivbranschen. Ett avtal om en fortsättning fram till 2028 ingicks med RSO:s överkapellmästare Nicholas Collon.

I och med ett nytt avtal med upphovsrättsorganisationerna fortsatte **Yle Arkivet** att publicera egenproducerade arkivdraman på Yle Arenan. *Yle Arkivet/ Yle Elävä arkisto* ansvarar för att publicera Yles omfattande arkivinnehåll i en webbtjänst. Det redigerar, ger bakgrundsfakta och publicerar program eller snuttar kopplade till historisk kontext. De äldsta filmerna är hundra år gamla. I Yles levande arkiv finns även innehåll på tre samiska språk, *Ealli arkiiva*, *Ellee arkkâdâh*, *Jie'lli arkiiv*.

Yles arkiv utgör Finlands största och mest unika audiovisuella arkiv. Arkivsamlingen innehåller bland annat cirka 700 000 tv-program eller publikationer, nästan 2 miljoner radioprogram, över 1,5 miljoner foton och negativ, hundratusentals musikinspelningar samt ljuddefinitioner, noter och böcker.

För unga och unga vuxna erbjuder Yle förutom nyheter som Yle Mix även drama, dokumentärer, spelinnehåll samt faktainnehåll och musik. De behandlar frågor som rör ungdomars liv samt samhällsteman och förändring med hänsyn

till pluralism. Till innehållshelheterna för ungdomar och unga vuxna hör bland annat *Abitreenit*, *Docstop*, *Summeri* samt ungdomsmedierna *Yle Kioski* och *YleX*.

Yle Kioski, YleX och Yle X3M fortsatte utvecklingen av innehåll och tjänster för att nå den strategiskt viktiga målgruppen på 15–29-åringar både i Yles egna tjänster och på webbplattformar där unga och unga vuxna tillbringar sin tid. Yle Kioski flyttade resurser för innehållsproduktion från tredjeparts plattformar till Yle Arenan, vilket gav betydligt fler användare under 45 år till Yle Kioskis innehåll.

Att förnya innehållet för ungdomarnas behov är fortfarande en utmaning för Yle. Exempel på framgångsrika initiativ för att nå den unga målgruppen är Yle Summeris kortfilmer för 13–17-åringar, såsom *Explosiv (Räjähdysherkkä)* och *Limbo*, som har fått över en och en halv miljon visningar på Yle Arenan. Dramaserierna med samma namn

hörde till årets mest populära dramer för unga.

När det gäller **barninnehåll** fortsatte bolaget framgångsrikt att förnya sitt utbud för barn under 15 år. Det utgår allt mer från en högklassig egen produktion som kompletteras med internationellt programutbud och inhemsk beställningsproduktion. Yles innehåll för skolbarn blev mer känt efter många års nedgång. Nya dramaserier nådde exempelvis äldre skolbarn, som är en särskilt utmanande målgrupp för Yle.

Tittandet på barnprogram på Yle Arenan ökade med 4,5 procent. *Lilla Tvåan (Pikku Kakkonen)*-appen fortsatte att vara den mest populära speltjänsten för små barn, och även *Eskari*-appen hittade sin publik. Inom barnprogrammen satsade man precis som föregående år även på tjänster för specialgrupper, såsom innehåll på teckenspråk. I samarbete med Mannerheims Barnskyddsförbund genomförde Yle



Explosiv var en hit bland personer under 45 år på Yle Arenan. 15–29-åringarna var seriens största publik, och rejält över hälften av dem som påbörjade det första avsnittet såg hela serien.

Bild: Atte Männikkö / Tekele Productions Oy / Yle

den kostnadsfria turnén *Vi leker Lilla Tvåan (Leikitään Pikku Kakkosta)*, som samlade tusentals barn och barnfamiljer över hela Finland.

Utöver den mycket betydande egna innehållsproduktionen spelar programinköpen en viktig roll för att bygga upp public service-utbudet.

Precis som tidigare år köpte Yle in drama, underhållning, dokumentärer och faktainnehåll från **inhemska produktionsbolag**. Samarbetet med produktionsbolagen ger arbetstillfällen och synlighet för den inhemska av-branschen, eftersom Yle är en betydande finansiär inom branschen. Ungefär hälften av de inhemska filmerna färdigställs med hjälp av Yles finansiering, och Yles förköp av visningsrätter står för cirka 10–30 procent av den totala finansieringen av filmen. För inhemska dokumentär- och kortfilmsproduktioner har Yle särskilt stor betydelse eftersom Yle är deras viktigaste distributör.

Med sitt faktainnehåll som Yle köper från produktionsbolag strävar man efter att på ett mångsidigt sätt lyfta fram samhällsfenomen.

År 2023 tecknade bolaget nya avtal om visningsrätter för totalt 47 miljoner euro, varav 32 miljoner euro riktades till inhemska produktionsbolag. Internationella programinköp, som främst omfattar drama, dokumentärer och barninnehåll, står för cirka tre procent av Yles totala innehållsbudget.

De förseningar i produktionen av filmer och serier som orsakades av coronapandemin återspeglades ännu i Yles programutbud 2023 genom att det finns färre programtitlar att publicera än tidigare. Inom **audiodrama** var 2023 ett exceptionellt år, då produktionerna stod stilla i början av året på grund av att man inte nått ett avtal, och kom igång först i mars. Audioserien *Rakastitko, Vesku?*, som släpptes under sommaren och baserar sig på Vesa-Matti



Yles svenskspråkiga kulturredaktion lanserade en ny musikinriktad podd, Musikpodden, som blev en publikfavorit.

Bild: Barbro Ahlstedt / Yle

Loiris liv, spräckte gränsen på en miljon starter på bara en dryg vecka och var en av årets framgångar.

I oktober 2023 gick Yle med i de europeiska rundradiobolagens dramasamarbete New8. Det är ett samarbetsavtal mellan åtta nord- och centraleuropeiska rundradiobolag som åtar sig att finansiera åtta dramaserier per år mellan partnerländerna. Utgångspunkten är att New8-dramaserierna genom samarbetet ska få en omfattande distribution i de deltagande europeiska rundradiobolagens publiceringskanaler. Samarbetet är treårigt.

Svenska Yle – tjänster och innehåll på svenska

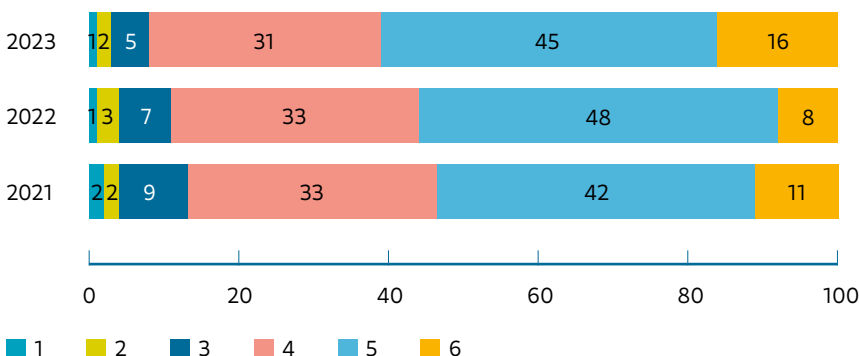
Svenska Yle ansvarar för Yles svenskspråkiga public service, som har stor betydelse för den finlandssvenska och tvåspråkiga befolkningen. Svenska Yle

når majoriteten av finlandssvenskarna, 88 procent varje vecka (år 2023). Den totala räckvidden sjönk år 2023 jämfört med föregående år (91 procent) och återgick, i linje med resten av bolaget, till nivån före coronapandemin.

Radio och tv är fortfarande en viktig del av vardagen för finlandssvenskar och tvåspråkiga finländare, men de digitala tjänsterna som Yle Arenan och Yle-tjänsten blir allt populärare för varje år.

Av radiokanalerna når Yle Vega, som riktar sig till personer över 30 år, 55 procent av finlandssvenskarna varje vecka, vilket är något fler än föregående år. Ungdomskanalen Yle X3M hade däremot fortfarande en lätt nedgång i lyssnandet och nådde 18 procent av de svenskspråkiga. Yle Fem, som visas på samma kanalplats som Yle Teema, nådde 44 procent varje vecka, vilket är en procentenhet mer än året innan. I kapitel 4.2 beskrivs publikrelationen för Yles samtliga kanaler och Yle Arenan närmare.

Hur väl har Svenska Yle lyckats i sitt public service-uppdrag 2021–2023, procent



1 = mycket dåligt 6 = mycket bra

Källa: Yles betydelse för finlandssvenskarna, Norstat 2023, IROResearch Oy 2021–2022

Svenska Yle har enligt finlandssvenskarna lyckats bra med sitt public service-uppdrag. I den årliga enkäten fick Svenska Yle samma betyg som förra året, 4,6 på en skala från ett till sex för skötseln av sitt public service-uppdrag (Svenska Yles betydelse för finlandssvenskarna, Norstat 2023). Undersökningar som gjorts av olika forskningsinstitut visar att nivån har varit stabil från år till år.

Innehåll och publicering

Stora internationella och inhemska nyhetshändelser som ryska invasionskriget mot Ukraina, oron i Mellanöstern och Finlands historiska Natomedlemskap präglade också Svenska Yles år. Den svenskspråkiga nyhetsverksamheten rapporterade omfattande om viktiga nyhetshändelser och satsade stort på att utveckla den grävande journalistiken. Under året stärkte Svenska Yle även sin krisberedskap inom public service.

Svenska Yle har ett nära samarbete med andra innehållsenheter inom Yle när det gäller planering och förverkligande av innehållet.

Under riksdagsvalet våren 2023 erbjöd Svenska Yle mångsidig information om valet på svenska, inklusive en resultattjänst, i radio, tv och på webben. Valinnehållet lyfte också fram regionala teman och uppmuntrade förstagsväljare att delta i valet. Helheten innefattade en tvåspråkig partiledardebatt som tolkades till finlandssvenskt teckenspråk samt en valvideo på lätt svenska.

Vid sidan av det livliga nyhetsåret satsade Svenska Yle också stort på stora nationella festevenemang, såsom självständighetsdagens slottsbal samt *Tävlingen för ny musik* och *Eurovisionen*. Detsamma gällde internationella och inhemska idrottsmästerskap, där ett brett och varierat innehåll producerades på svenska. Hit hörde bland annat

dam-VM i fotboll och skid-VM samt EM-tävlingarna i konståkning i Finland och U23-europamästerskapen i friidrott. Stafettkarnevalen, som är ett stort och traditionellt evenemang för skolelever och som sänds av Svenska Yle, samlade en större ung publik än någonsin tidigare.

I enlighet med strategin har Svenska Yle vid sidan av den digitala publikationen riktat resurserna mot utvecklingen av ljud- och videoinnehåll. Bland det ljudinnehåll som är populärt bland finlandssvenskarna finns bland annat *Nyhetspodden* och kulturpodden *Sällskapet*. Alla svenskspråkiga poddar finns på Yle Arenan, vilket gör dem lätta att hitta.

Den svenskspråkiga kulturredaktionen förnyade sina traditionella program och gjorde plats för nytt kulturinnehåll. Redaktionen lanserade en ny podd med fokus på musik, *Musikpodden*, som har blivit populär bland lyssnarna. Svenska Yles traditionella litteraturpris, som uppmärksammar finlandssvensk litteratur, fördjupade perspektiven på vikten av läsning och lyfte även fram litteraturens senaste namn och diskussionen om litteraturkritik.

I enlighet med strategin har Svenska Yle aktivt utvecklat innehåll för barn och ungdomar med Yle Arenan som huvudsaklig publiceringsplattform. *BUU-klubben* för yngre barn, som förnyades 2022, har framgångsrikt svarat på dagens barns medievänor. Det förnyade konceptet har fått större fokus på eget innehåll, samtidigt som det internationella innehållet har minskat. I och med förnyelsen fokuserar BUU-klubben dessutom ännu starkare på närvaro på daghem och evenemang i olika delar av det svenskspråkiga Finland.

Svenska Yle har också satsat på nyhetsutbud för skolbarn. Nyhetskonceptet *Watt Nytt* förklarar händelser och fenomen i samhället och världen för barn i skolåldern på ett tryggt sätt, bland annat med hjälp av nyhetsvideor. *Watt Nytt*s innehåll används också i sko-

lorna som undervisningsstöd och programledare besöker grundskolor för att berätta om dagens medie- och digitala läskunnighet.

Ungdomskanalen Yle X3M har svarat på förändringar i medieanvändningen genom att erbjuda tonåringar och unga vuxna live- och onlineevenemang som stärker interaktionen och gemenskapen. Ett exempel på nytt innehåll som motsvarar ungdomarnas användningsvanor är bland annat rollspelskvällarna på Yle Arenan. Dessutom har redaktionen satsat på en stark närvaro vid olika evenemang i de svensk-språkiga regionerna.

Som ett nytt initiativ presenterade Svenska Yle journalistikens bakgrunder som live-evenemang för den stora allmänheten, där åtta journalister framträdde i tre finlandssvenska städer och berättade om sitt arbete. *Svenska Yle på scen - Storyn bakom storyn* visades också på Yle Arenan.

Tillsammans med de inhemska produktionsbolagen har Svenska Yle köpt in eller planerat innehåll för både barn och vuxna, varav bland annat *Hallonbacken*, baserad på Eva Frantz barnbok, kommer att spridas i Norden som en del av samarbetet mellan de nordiska rundradiobolagen. Tillsammans med kommersiella medier främjade Svenska Yle bland annat utbildning av journalister och delning av innehåll, med artificiell intelligens som ett nytt tema. Yles samarbeten och partnerskap behandlas mer ingående i kapitel 5.2.

3.3 TJÄNSTER PÅ SAMISKA

3.3

Yles samiska redaktion, **Yle Sápmi**, har huvudansvaret för Yles public service på samiska i hela Finland, men även andra enheter inom Yle producerar visst innehåll på samiska och om samer.



Den samiska barnredaktionens största produktion var den 15-delade musiklekisseriesen ŠuokŇabiedju på tre samiska språk, som visades på Yle Arenan och på tv som en del av barnprogrammet *Unna Junná*.

Bild: Heli Huovinen, Sára Kõteleki / Yle

Yle Sápmi producerar förutom nyhets- och aktualitetsinnehåll även kulturinnehåll, barn- och ungdomsprogram samt andligt innehåll. Temaområdena berör livet och fenomenen i den samiska gemenskapen på ett mångsidigt sätt. Målet är att öppna ett fönster mot Sameland samt stärka samernas språk- och kulturtraditioner och identitet.

Yle Sápmi erbjuder radioprogram på tre samiska språk på vardagar. I det samiska utbudet ingår även en egen tv-nyhetssändning samt en nordisk tv-nyhetssändning varje vardag. Innehåll för barn och ungdomar publiceras varje vecka på Yle Arenan och i sociala medier. Digital publicering är nyckeln till att nå ut med samiskt innehåll och betjänar samer som bor på olika håll i Finland, särskilt unga.

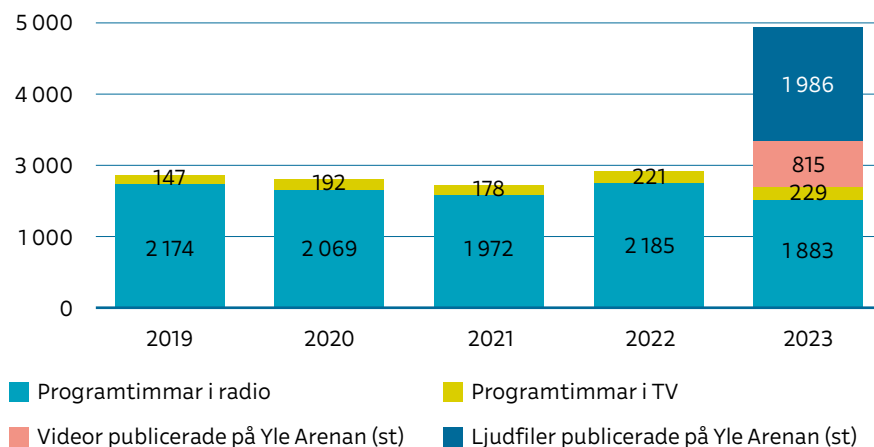
Allt mer innehåll på alla de samiska språken publiceras på Yle Arenan och Yle Sápmi webbplats. Begränsningarna för textinnehåll enligt Yle-lagen gäller inte publiceringen av artiklar på samiska på Yles webbplats. År 2023 publicerade

Yle Sápmis redaktion över 800 artiklar i textform, nästan 400 nyhetsvideor samt en mängd korta nyheter för daglig nyhetsbevakning. Artiklarna samlades i genomsnitt cirka 50 000 sidladdningar per vecka. Webbinnehåll delades också på de sociala medierna Instagram och Facebook.

På Yles samiska **radiokanal Sámi Radio** sänds samiska radioprogram cirka 8 timmar på vardagar. Sámi Radios räckviddsområde omfattar Lapplands nordligaste, samiska regioner samt Rovaniemi. De tre samiska språken som talas i Finland hörs regelbundet i programflödet. Största delen av programmen är på nordsamiska, men även enare- och skoltsamiska hörs i sändningarna nästan dagligen.

Tv-nyhetssändningarna *Yle Ođđasat* och den nordiska *Ođđasat* textas till finska, och *Ođđasat* även till svenska. Tack vare översättningstextningen har premiärsändningarna av de samiska nyheterna sedan länge haft i genomsnitt 200 000 tittare.

Tjänster på samiska i radio och tv 2019–2023, timmar



Det finns inga jämförbara uppgifter tillgängliga för videor och ljud som publicerades på Yle Arenan under 2019–2022.

Allt samiskt radio- och tv-innehåll kan lyssnas på och ses i 30 dagar på Yle Arenan. Dessutom publicerar redaktionen även annat nyhetsinnehåll och aktuellt innehåll i tjänsten. Nyhetsändningarna och videorna på samiska sågs över 4,2 miljoner gånger 2023.

På Yle Arenan kunde man också följa *Tävlingen för ny musik* och *Eurovisionen* med referat på nord- och enaresamiska. Till årets populära program hör också samernas egen *Eurovision*, *Sami Grand Prix*, som produceras av NRK.

Innehåll som riktar sig till **samiska barn** publiceras först på Yle Arenan, eftersom sändningstiden för samiska barnprogram på tv på måndag morgon inte är den mest optimala. Barn-tv-programmet *Unna Junná* lockade år 2023 i genomsnitt omkring 13 800 tittare.

Det samiska barninnehållet har en etablerad användarkrets på Yle Arenan. Yle Arenans och tv:ns tittarsiffror visar hur unga använder medier och att de har övergått till digitala tjänster. Finska undersökningar visar att streamingtjänster når mer än hälften av alla barn under skolåldern varje vecka.

Under 2023 fortsatte satsningarna på utbudet för samer under skolåldern. Barnprogrammet *Unna Junná*, som publicerades på tv och Yle Arenan, fick 17 extra avsnitt och radioprogrammet *Binna Bánna* producerades i 52 avsnitt. Som nytt ljudinnehåll släpptes julkalendern *Unna Junná rosttovka'Indar* i 24 delar, som var baserad på den samiska sagotraditionen. Den samiska barnredaktionens största produktion var musiklekserien *Šuokŋabiedju* i 15 delar, som producerades på tre samiska språk och publicerades på Yle Arenan som en självständig serie samt visades på tv som en del av barnprogrammet *Unna Junná*.

Under 2023 släppte Yles samiska redaktion flera videoinsertserier och en längre animerad film på Yle Arenan. Dessutom släppte Yle Drama en tredje säsong av den populära serien *Mumindalen*, där fem avsnitt är på nordsamiska

och fyra på enare- och skoltsamiska. En fjärde säsong av den animerade *Mumindalen*-serien planeras till 2025.

Som ett nytt initiativ inledde Yle Sápmi ett samarbete med Yle Galaxi, som riktar sig till skolelever. En samiskspråkig programledarduo rekryterades från och med början av 2024. Genom samiska programledare strävar man efter att berätta om samerna och den samiska kulturen både för majoritetsbefolkningen och för samerna själva.

Man når ut till **unga samiskspråkiga medieanvändare** genom att dela videoinnehåll på de sociala medieplattformarna TikTok och Instagram samt på Yle Arenan. Genom att koncentrera produktionen av *Sohkaršohkka* till digitala plattformar har man lyckats locka en ny publik till de samiska tjänsterna. Innehållet följs huvudsakligen av 15–35-åringar. Innehållet utnyttjar interaktivitet och nya sätt att berätta, såsom sketch- och utmaningsvideor, artistpresentationer och videodagböcker.

Även andra enheter inom Yle har producerat innehåll för ungdomar på samiska eller om samer. På faktasidan inleddes som en ny produktion dokumentärserien *Poronuoret*, som handlar om unga renskötare. Den visas 2024 och en del av innehållet gjordes på enare- och nordsamiska.

Dessutom har Yle som mål att fortsätta det nära samarbetet med de norska och svenska rundradiobolagens samiska redaktioner. De samiska redaktionerna inom NRK, SR, SVT och Yle planerar ett innehållssamarbete på digitala plattformar, som bland annat omfattar utbyte av journalistiskt material och eventuella sampubliceringar i radio och tv.

I framtiden finns det behov av att stärka den samiska redaktionens förmåga att producera audio-, video- och textinnehåll för olika målgrupper på alla tre samiska språk som talas i Finland. Under de kommande åren kommer flera samiskspråkiga journalister att gå i pension från redaktionen med ett tjugo-

3.4

3.4 TJÄNSTER FÖR SPECIALGRUPPER OCH ANDRA MINORITETER

Som public service-bolag har Yle lagstadgade uppgifter som rör främjandet av jämlikhet, tolerans och kulturell mångfald.

Målet är att trygga den informationstillgång som special- och minoritetsgrupper behöver, främja jämlikhet bland medieanvändarna och samtidigt se till att olika språk- och kulturminoriteter samt personer som har nedsatt funktionsförmåga eller en utsatt ställning hörs och ses på lika villkor.

Yle erbjuder innehåll och tjänster på finska, svenska och samiska, samt på teckenspråk, lätt finska och lätt svenska, engelska, ryska, romani och karelska. Därutöver produceras innehåll även på andra språk när det är lämpligt.

Tillgängligheten har i högre grad gjorts till en del av planeringen av Yles utbud, och Yle har under de senaste åren arbetat målmedvetet för att förbättra innehållets tillgänglighet i samarbete med användarna av tjänsterna.

I takt med att medieanvändningen förändras har Yle riktat utvecklingsarbetet särskilt mot att förbättra webbtjänsternas tillgänglighet och användbarhet. Under 2023 försågs exempelvis nyhetsartiklarna på webbplatsen Yle.fi och i Yle-appen med en lyssna på artikel-funktion, genom vilken man kan få en artikel i textform uppläst av en syntetisk röst. Samtidigt förbereder sig Yle på det nationella verkställandet av EU:s tillgänglighetsdirektiv.

Textning och syntolkning

På Yle används **översättningstextning** till finska i alla tv-program på främmande språk och svenskspråkiga program. Översättningstextning till svenska görs för programmen på alla de traditionella tv-kanalerna, och hela utbudet finns på Yle Arenan. År 2023 översatte Yle också program till engelska och nordsamiska för att öka räckvidden och jämlikheten.

Yle **programtextar** finsk- och svenskspråkiga program, med undantag av musikföreställningar och sportsändningar som direktsänds. Programtextning är en lagstadgad tjänst. Målgruppen är framför allt personer med nedsatt hörsel och döva, men även språkstudierande, till exempel invandrare, drar nytta av programtextning. De flesta av de tv-program som programtextas publiceras på Yle Arenan.

År 2023 fortsatte Yle sitt utvecklingsarbete för att texta direktsändningar med hjälp av maskinassisterad diktering. Målet är att få textning av god kvalitet snabbt. Med dikteringsmetoden kan man exempelvis genom taligenkänning få mer omfattande text i rutan än om man skriver manuellt. Den maskinassisterade funktionen minskar också fördröjningen vid direkttextning.

Utöver de lagstadgade programmen erbjöd Yle under året textning för en del direktsända musikprogram, såsom *Tävlingen för ny musik* och *Eurovisionen*.

Ljudtextning är en tjänst där översättningstextningen som syns på skärmen förmedlas med en syntetisk röst till programmets tittare. Ljudtextning betjänar i första hand synskadade och blinda samt personer som har svårt att läsa text. Ljudtextning är också en lagstadgad tjänst.

Yle lägger till ljudtextning för alla program på främmande språk som översättningstextats till finska och svenska. Ljudtextningstjänsten finns också på Yle

Yles tjänster för specialgrupper och minoriteter



*) på svenska och på finska

I TV-KANALERNA OCH PÅ YLE ARENAN 2023 (2022 INOM PARENTES)

- Innehåll på finskt och finlandssvenskt teckenspråk 247 h* (449)
- Syntolkningar på finska och svenska 190 h (149)
- Innehåll och nyheter på lätt finska 16 h* (40)
- Nyheter på de tre samiska språken 183 h** (221)**
- Nyheter på ryska 29 h (29)

* 2023 års timmar inkluderar program som publicerats under året. I 2022 års timmar ingår även parallellpubliceringar i olika kanaler.

** Inkluderar samiskspråkiga premiärsändningar och repressändningar.

I RADIO OCH PÅ YLE ARENAN 2023 (2022 INOM PARENTES)

- Innehåll och nyheter på lätt finska 62 h (40)
- Nyheter på lätt svenska 21 h (21)
- Innehåll och nyheter på engelska 39 h (33)
- Romano mirits på romani 12 h (13)
- Yle uudizet karjalakse, nyheter på karelska 3 h (3)

Arenan, där den används enligt de synskadades önskemål, i första hand på de mobila enheter som de själva föredrar.

Utmaningarna med textning av avsnitt på främmande språk i nyhetsinslag löstes delvis 2023. Ljudtextningens smidighet förbättras ytterligare som en del av en större förnyelse av nyheternas studioteknik.

Syntolkning förmedlar programmets visuella innehåll i verbal form. Särskilt synskadade har nytta av tjänsten. Yle använder syntolkning på både finska och svenska, och de syntolkade programmen finns också på Yle Arenan.

2023 låg tyngdpunkten i syntolkningen på ungdomar, barn, natur och humor. Yle utökade sitt utbud av syntolkade program med flera syntolkade serier, dokumentärer och filmer, såsom *Explosiv* som riktar sig till ungdomar, den traditionella *Julkalendern*, *Havsörnens återkomst*, *Sorjonen: Muralmorden* samt den prisbelönta filmen *Den blinda mannen som inte ville se Titanic*.

Syntolkningen utökades till arkiv-innehåll när Yle tog i bruk tjänsten för fyra inhemska filmklassiker. Även president Ahtisaaris begravning och *Fest på slottet* kunde följas av synskadade tack vare syntolkning.

Tjänster på teckenspråk

För döva och teckenspråkiga personer sänder Yle dagligen tv-nyheter på finskt teckenspråk, som också finns på Yle Arenan. Även bland annat *A-studions* sändningar, riksdagens frågetimmar, valprogram, olika evenemang och barnprogram förmedlas på teckenspråk.

I samband med riksdagsvalet 2023 tolkades de stora valdebatterna, partiledardebatterna och valvakan till teckenspråk. Yle genomförde för första gången ett betydande musikunderhållningsevenemang på finskt teckenspråk, då finalen i *Tävlingen för ny musik* refererades på teckenspråk. Man kunde också följa



Audioserien *Rakastitko, Vesku?*, som baserar sig på Vesa-Matti Loiris liv, överskred en miljon starter på bara en dryg vecka.

Bild: Kari Santala / Lehtikuva, grafik Kati Tavilampi / Yle

bland annat *Fest på slottet*, president Ahtisaaris begravning, *Gullrandadiskussionerna* och *Nationella veterandagen* på teckenspråk.

År 2023 tittade i genomsnitt 283 000 personer på **tv-nyheterna på teckenspråk**, vilket är en minskning på omkring 14 procent från föregående år. På Yle Arenan startades tv-nyheterna i genomsnitt drygt 4 400 gånger. Yle har också ett diskussionsprogram på teckenspråk, *Mikaela & Thomas*, som visades i 37 avsnitt. Tv-programmet hade i genomsnitt 42 000 tittare, vilket är ungefär en fjärdedel mindre än året innan.

Yle gör också barnprogram på teckenspråk, och har systematiskt utökat produktionen under de senaste åren. År 2023 kompletterades *Lilla Tvåans* (Pikku Kakkonens) utbud med serierna *Teckna med Maisa och Laura* och *Sagolådan* samt nya avsnitt av *Lilla Tvåan på teckenspråk*. Dessutom tolkades fem barnserier till teckenspråk, bland annat *Den underbara människan*, *Hur känns det*, *sprakande Reima* och *Kroppss- och känslofostran*. I *Lilla Tvåans* sändningar används även stödtecken.

Yle publicerar även de viktigaste aktualitets- och nyhetsevenemangen samt barnprogram **på finlandssvenskt teckenspråk**.

Övriga tjänster

Yle nyheter på lätt finska berättar nyheterna så att ämnena avgränsas tydligt och man endast berättar det väsentliga. I tv, radio och på webben betjänar nyheterna personer som har svårt att förstå tal eller skriven text samt invandrare och personer som studerar finska. Uppskattningsvis 650 000–750 000 personer i Finland behöver ett lätt språk.

Yles nyhetsinnehåll på lätt finska produceras som en del av radions nyhetsredaktioners nyhetsinnehåll. Tv-nyheterna på lätt finska når på vardagar

omkring 200 000 personer och radionyhetererna drygt 100 000 personer. Tjänsten utvecklas i samarbete med organisationer, Selkokeskus och Helsingfors universitet. Skaparna av Yles nyheter på lätt finska har bland annat hjälpt det estniska rundradiobolaget att utveckla sina egna nyheter på lätt estniska.

År 2023 producerade Yle utöver nyheter även barnprogrammet *Lilla Tvåans sagor på lätt finska*, sändningen *Riksdagsvalet 2023 på lätt finska* samt ett referat på lätt finska under finalen av *Tävlingen för ny musik*.

Yle har också en motsvarande tjänst på svenska, **Yle Nyheter på lätt svenska**, som betjänar uppskattningsvis 40 000 personer. Svenska Yle har erbjudit tydliga och lättlästa nyheter på svenska på vardagar sedan 2019. Under 2023 gjordes också särskilt videoinnehåll på lätt svenska i samband med riksdagsvalet.

För romer erbjuder Yle innehåll på Yle Radio 1 och Yle Arenan. **Romano mirits** är ett 15 minuter långt radioprogram med nyheter på romani samt aktuellt innehåll om romer och romsk kultur. Programmet tar upp samhällsfrågor särskilt ur romernas perspektiv och syftar till att stödja bevarandet och utvecklingen av det romska språket. Yle utvecklar sitt utbud på romani i samarbete med den romska gemenskapen och organisationer som representerar den.

Utöver ljudinnehållet publicerade den romska redaktionen år 2023 tre artiklar på webbplatsen yle.fi, som handlade om kandidater i riksdagsvalet, romsk vänskap och diskriminering som romer upplever inom hälso- och sjukvården.

Yle News erbjuder nyheter på engelska om det finländska samhället för personer som är bosatta i Finland och vars modersmål inte är finska, svenska, ryska eller samiska. Till målgruppen hör också turister som besöker Finland samt personer som bor utomlands och är intresserade av Finland.

Under 2023 satsade Yle News framför allt på webb- och mobilinnehåll och

fortsatte med vardagsnyhetssändningar på radio som går att följa på Yle Radio 1 och via Yle Mondo. Det engelskspråkiga innehållet som publicerades på webbplatsen laddades i genomsnitt över 300 000 gånger i veckan. Yle News producerar också ett veckovist podden *All Points North*, och lyssnandet har ökat.

Yle Novostis ryskspråkiga nyheter riktar sig främst till ryssar som bor i Finland samt till personer som är intresserade av ryska. 2023 gjorde redaktionen nyheter på tv, på webben och i sociala medier.

Yle Novostis dagliga nyhetssändning klockan 16.50 på TV1 hade i genomsnitt 212 000 tittare under 2023. Tittarantalet på tv sjönk med tio procent medan programmet fick fler tittare på Yle Arenan. Yle publicerar även nyheter på ryska på webben. I oktober 2023 startade ett nytt diskussionsprogram, *Kokar det över? Vi diskuterar!* på Yle Novosti. Programmets mål är att erbjuda pålitlig information

om det finländska samhället och aktuella samtalsämnen på ryska.

I maj 2022 startade Yle den **ukrainskspråkiga nyhetstjänsten Yle Novyny** för att stödja informationstillgången för ukrainare som anländer till och vistas i landet. På Yles webbplats publiceras de viktigaste inhemska nyheterna samt information från krigsfronten i Ukraina på vardagar. Hösten 2023 utvidgades tjänsten till nyhetsvideor på lätt finska som översatts till ukrainska, och som publicerades i Yle Novynys Telegramkanal. I videorna talas lätt finska, och de har också ukrainsk textning som baserar sig på maskinöversättning för att stödja förståelsen och inlärningen av finska.

3.5

3.5 ANDAKTSPROGRAM

Yle sänder i enlighet med sin lagstadgade uppgift riksomfattande andaktsprogram på svenska och finska i radion,



I podcasten *Sadan euron Edelfelt* får man höra berättelsen om en tavla som köptes för en spottstyver på en auktion i Tammerfors, och som visade sig vara en äkta Edelfelt.

Bild: Julia Falck / Yle

tv och på Yle Arenan. Kyrkans kommunikation (Kirkon viestintä, KV) och Kyrkans central för svenska arbetet (KCSA) ansvarar för programmets innehåll i samarbete med Yle. Dessutom sänder Yle Sápmi andliga program på samiska. Det högsta organet är övervakningsorganet för kristna andaktsprogram, som godkänner sändningsplanerna och ser till att olika kyrkosamfund är representerade i sändningarna.

Yle sänder finska andaktsprogram på Yle TV1 och Yle Radio 1. År 2023 hade de totalt 907 programplatser. Antalet programplatser för andaktsprogram minskade märkbart när radiorepriserna togs bort ur programmet.

Yles andaktsprogram har en ganska etablerad tittar- och lyssnarskara på tv och radio, men den sammanlagda publiken har minskat de senaste åren. Andaktsprogrammen följs i allt större utsträckning via Yle Arenan.

Yle förmedlade under året 33 tv-gudstjänster på TV1, som också kunde ses som repris. I radion sändes 121 radiogudstjänster, varav 69 var lutherska. Antalet lyssnare ökade något jämfört med föregående år. En del av gudstjänsterna i radio och tv är församlingsgudstjänster, en del utförs enligt mediet som så kallade formatgudstjänster.

Dessutom sänder Yle finskspråkiga morgon- och kvällsandakter på Yle Radio 1 samt det andliga andaktsprogrammet *Droppen (Pisara)* på Yle TV1 på lördagar. Dessa har en etablerad publik.

Svenska Yles programutbud innehåller svenskspråkiga andaktsprogram som även betjänar många finskspråkiga. År 2023 hade de totalt cirka 730 programplatser i radio och tv.

Svenskspråkiga tv-gudstjänster i Yle Fem sänds främst under jul, påsk och stora kyrkhelger. År 2023 gjordes totalt 10 svenskspråkiga tv-sändningar, bland annat Borgå stifts 100-årsjubileums-mässa. Till det svenskspråkiga programutbudet hör också serien *Himlaliv*, där man reflekterar över andliga frågor ur olika personers perspektiv. Tittarvolymerna för detta program ökade också.

I radiokanalen Yle Vegas program ingår morgonandakten *Andrum* och kvällsandakten *Aftonandakt* på vardagar. På lördagskvällar sänds *Ett ord om helgen*, som berättar om den kommande söndagens kyrkliga tema, samt på söndagar en kvällsandakt. Radiogudstjänsterna var totalt 62, varav 16 var från frikyrkosamfund samt den ortodoxa och katolska kyrkan. Andakternas lyssnarantal förblev oförändrat, men radiogudstjänsternas lyssnarantal ökade med 28 procent.

ANDAKTSPROGRAMMENS SÄNDNINGAR 2023 (2022)

PÅ FINSKA

- i radio 354 timmar (401)
- i tv 108 timmar (116)

PÅ SVENSKA

- i radio 145 timmar (148)
- i tv 24 timmar (37)

ANDAKTSPROGRAMMENS PUBLIK 2023 (2022)

PÅ FINSKA

- 69 000 lyssnare i radio (72 000)
- 75 400 tittare i tv (81 000)

PÅ SVENSKA

- 17 500 lyssnare i radio (17 800)
- 27 200 tittare i tv (23 000)

3.6

3.6 UTBUD SOM RIKTAR SIG TILL UTLANDET

Huvudtjänsten för det inhemska utbudet utomlands är Yle Arenan. Med stöd av EU:s portabilitetsförordning erbjuder Yle allt innehåll på Yle Arenan till tittare och lyssnare inom EU som har en bekräftad hemort i Finland. Yle Arenans innehåll är tillgängligt för dem som reser och arbetar inom EU med Yle-konto och stark autentisering.

Största delen av de inhemska programmen, och nästan alla nyhets- och aktualitetsprogram, är också tillgängliga via Yle Arenan utanför EU och utan att man bekräftar sin hemort. Man kan exempelvis lyssna på alla Yles riksomfattande och regionala radiokanaler utomlands direkt via Yle Arenan, med undantag för den digitala radiotjänsten Yle Mondo.

Upphovsrätt och avtal begränsar dock visningen av exempelvis drama och serier utomlands. För internationella program som Yle köper från utlandet finns det inga globala visningsrätter att köpa eller så köps de inte på grund av höga kostnader.

I Sverige kan man se Yles tv-program via kanalen TV Finland i antenn- och kabelnätet. Signalen, som sänds via sändare i Nacka, Västerås och Uppsala, är fritt tillgänglig i de områden där den syns. Dessutom har olika tjänsteleverantörer och operatörer möjlighet att ta med TV Finland i sitt eget utbud.

TV Finlands program sammanställs av program från Yle TV1, Yle TV2, Yle Fem och Yle Teema. Utbudet omfattar ett brett urval av inhemska filmer, dramaserier, aktualitetsprogram, fakta- och diskussionsprogram, barnprogram samt underhållnings- och musikprogram. TV Finland hade 4 128 sändningstimmar år 2023 (2022: 4 321).



Svenska Yle presenterade journalistikens bakgrund för allmänheten genom liveevenemang. Svenska Yle på scen – Storyn bakom storyn förmedlades också på Yle Arenan.

Bild: Karl Vilhjälmsen / Yle

3.7 SÄKERHET, BEREDSKAP OCH MYNDIGHETSINFORMATION

Till Yles lagstaddade uppdrag hör att förmedla myndighetsinformation, som regleras närmare genom en förordning, och att förbereda sig för att sköta tv- och radioverksamheten under undantagsförhållanden.

Yle har en god teknisk och operativ beredskap att svara på säkerhetshot och beredskapen utvecklas kontinuerligt som en del av det riksomfattande beredskapsnätverket. Under 2023 gjorde bolaget betydande framsteg för att stärka cyber- och informations-säkerheten och utvecklade sina säkerhetssystem för att möta förändringarna i den europeiska säkerhetsmiljön.

Yle har övat på att agera i störningssituationer på egen hand och med samarbetspartner samt genom att delta i regionala beredskapsövningar. Yle har också gjort det möjligt för andra aktörer i samhället att öva inom sina områden. Beredskapen utvecklas i samarbete med myndigheterna.

Enligt Försörjningsberedskapscentralen måste man fästa särskild uppmärksamhet vid att skydda kritisk infrastruktur då säkerhetsmiljön förändras. Yle har granskat sin egen beredskapsnivå, särskilt vad gäller bolagets viktigaste kritiska infrastruktur.

Kameraövervakningen och passerkontrollen i Yles lokaler har utökats och nästan alla Yles regionala kontor har granskats enligt säkerhetsstandarder. Särskilt säkerheten i utrymmena för utrustning har förbättrats. Yles medarbetare har fått omfattande utbildning i skyddsåtgärder och för olika risksituationer.

Antalet resor till krigsområden har sjunkit något jämfört med föregående år, men det ryska invasionskriget i Ukraina och krisen i Gaza, som började i oktober, ställer krav på säkerheten för resande journalister. Yle har ordnat utbildningar om högriskresor för

sina medarbetare, och ordnar nödvändig skyddsutrustning och annan utrustning för arbete i krigsområden.

I Finland har Yle köpt tilläggstjänster för att säkerställa journalisters säkerhet, eftersom olika slags hot, riktade trakasserier och hotfulla situationer i nyhetsarbetet är på en hög nivå. Fenomenet ökar även i arbete utomlands.

Processerna för förmedling av varningsmeddelanden ligger på lagstadd nivå och Yle har varit en aktiv aktör i utvecklingen av nya rutiner för varnings- och myndighetsinformation. Yle är sekreterare i styrgruppen för varningsmeddelanden, vars ordförandeskap 2023 övergick till inrikesministeriet.



Yle följer regelbundet upp finländarnas bedömning av verkställandet av public service-uppdraget, innehållet och tjänsterna genom publikforskning och fokusgruppsintervjuer. De viktigaste nyckeltalen för framgång under 2023 var fortsatt goda, även om bolaget fortfarande har utmaningar med att nå framför allt ungdomar och unga vuxna.

Utöver undersökningar och användarpaneler för Yle en aktiv dialog med publiken på många sätt, till exempel i samband med planering av innehåll och tjänster, evenemang och program. Medborgarnas observationer, frågor, synpunkter, åsikter och önskemål hörs dagligen i exempelvis radions och Yle Arenans nationella och regionala ljudinnehåll.

Bolaget följer också regelbundet upp övrig respons från finländarna, och resultaten tas med i verksamhetsutvecklingen. Dessutom har medborgarna möjlighet att kontakta Yles kundtjänst direkt.

Yle tar emot hundratusentals meddelanden varje år när diskussioner och kommentarer på sociala medier räknas med. År 2023 behandlade Yles kundtjänst nästan 160 000 statistikförda kontakter som klassades som respons. I takt med digitaliseringen och det ökade urvalet av apparater ökade antalet frågor om teknisk rådgivning, Yle Arenan, Yle-konto och inloggning klart.

4.1 FRAMGÅNG I PUBLIC SERVICE-UPPDRAGET

Yles totala räckvidd, som stigit till rekordnivåer under coronapandemin och i början av Rysslands invasionskrig, återgick till en lägre nivå år 2023.

Precis som året innan använde i genomsnitt 94 procent av finländarna Yles innehåll och tjänster varje vecka. Yles räckvidd var fortfarande på toppnivå, även om den låg något under målet (96 %). Detsamma gäller den utmanande målgruppen 15–29-åringar, av vilken man precis som föregående år nådde 88 procent (mål 92 %). Av befolkningen under 15 år nådde Yle 76 procent varje vecka (målet var 76 %). (KMK 2023, Norstat / Lapset ja media 2023, IROResearch Oy)

Antalet aktiva kunder som använder Yles digitala tjänster, dvs. användare som loggat in med ett Yle-konto, ökade stadigt efter sommaren. År 2023 var antalet aktiva kunder i genomsnitt strax under 560 000, en ökning från året innan med 18 procent. I slutet av året fanns redan över 700 000 aktiva användare. Under våren var det framför allt stora evenemang som riksdagsvalet och Eurovisionen som ökade antalet aktiva kunder. Uppgången i slutet av året förklaras av en förnyelse som innebär att användning av Yle Arenans mobilapplikation numera förutsätter att användaren loggar in.

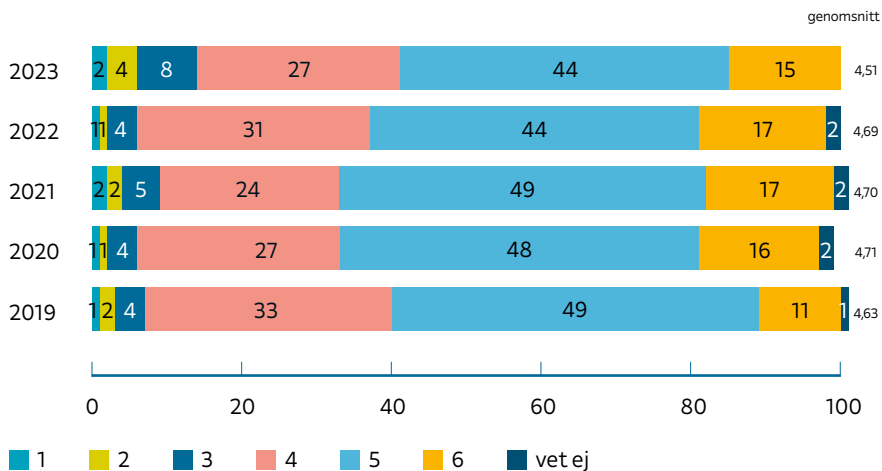
Förtroendet för Yles nyheter förblev stort. 84 procent av finländarna ansåg sig lita på Yles nyheter, och Yle betraktas som Finlands mest pålitliga medium. 6 procent av finländarna ansåg att Yles nyheter var opålitliga (Uutisarvostukset 2023, Norstat).



Bild: Karl Vilhjalmsen / Yle

Hur väl har Yle lyckats i sitt public service-uppdrag som helhet,

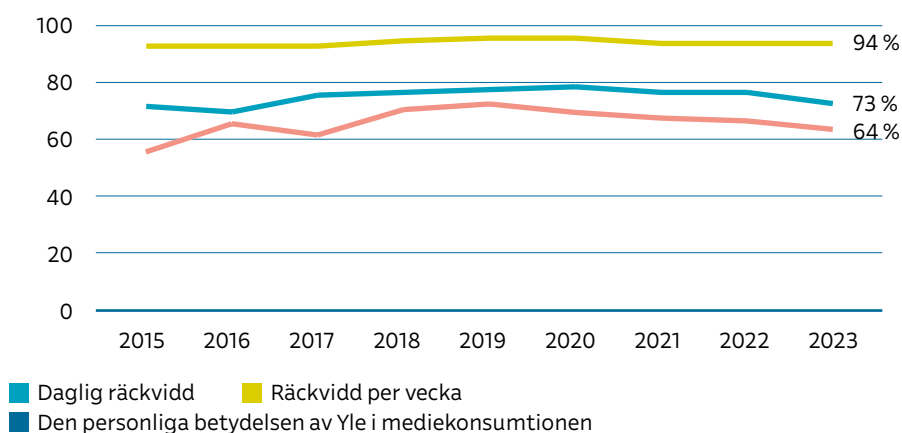
procent



Källa: Befolkningen över 15 år, Hur värdefullt är Yle för finländarna, Norstat 2023, IROResearch Oy 2020–2022, Taloustutkimus Oy 2019

Yles räckvidd och intresset för Yle 2015–2023,

procent

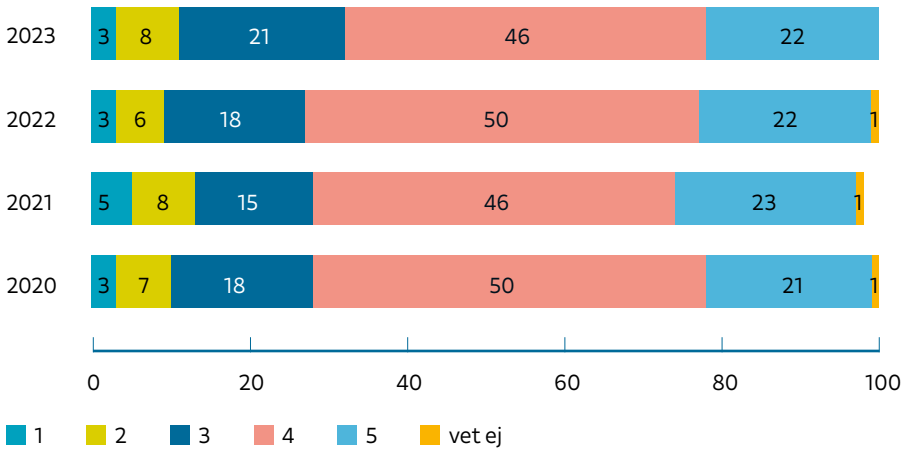


Källa: KMK-undersökning, Norstat 2023, IROResearch Oy 2020–2022, Taloustutkimus Oy 2017–2019, Kantar 2015–2016

n = 2 000

Obs. Våren 2015 och framåt har räckvidden per vecka och dag också omfattat Yles kanaler i sociala medier.

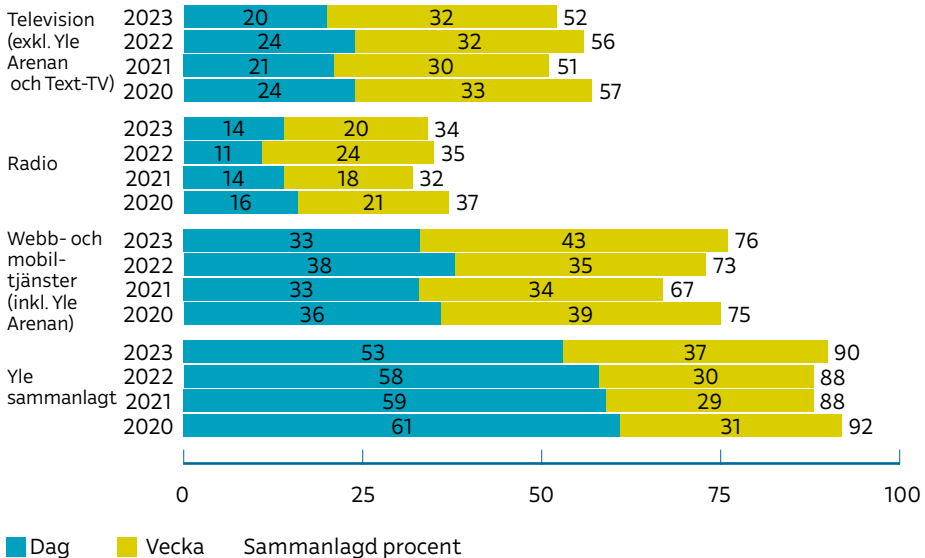
Finländarnas förtroende för Yle åren 2022 och 2023, procent



1 = jag har inget förtroende 5 = jag har stort förtroende n = 1000

Källa: Befolkningen över 15 år, Hur värdefullt är Yle för finländarna, Norstat 2023, IROResearch Oy 2020–2022

Räckvidden för Yles medier 15–44-åringar 2020–2023, procent



Källa: KMK-undersökning, Norstat 2023, IROResearch Oy 2020–2022

n = 2 000

4.2

Yles varumärke värdesätts fortfarande högt, även om undersökningen år 2023 visade en nedgång, vilket är typiskt även för andra mediebolag. Enligt Taloustutkimus årliga undersökning var Yle Arenan fortfarande landets mest uppskattade medievarumärke, och det kom på tredje plats bland över 600 finländska varumärken. Yle som bolag hamnade på 14:e plats i undersökningen, jämfört med sjunde plats året innan. Yle anses ta bättre hänsyn till samhället och miljön än andra aktörer inom mediebranschen (Brändien arvostus 2023, Taloustutkimus).

Enligt den årliga undersökningen upplevde 81 procent av finländarna att de genom att konsumera Yles innehåll och tjänster möter många olika synsätt, världsbilder och människor som tänker på olika sätt. Resultatet låg åtta procentenheter under målet (målet 89 %).

Totalt sett fick Yle ett sämre omdöme av finländarna gällande hur väl bolaget lyckades med sitt public service-upp-

drag jämfört med föregående år. År 2023 ansåg 86 procent av finländarna att Yle lyckades mycket bra, bra eller ganska bra med sitt uppdrag, medan motsvarande andel föregående år var 92 procent, vilket också var målet för 2023 (KMK, Ylen arvo suomalaisille 2023, Norstat).

4.2 YLES PUBLIKRELATION I TV, RADIO OCH PÅ WEBBEN

I takt med att digitala tjänster har blivit vanligare har räckvidden för traditionell linjär tv och radio minskat något, vilket även syns i tittandet och lyssnandet på Yles kanaler.

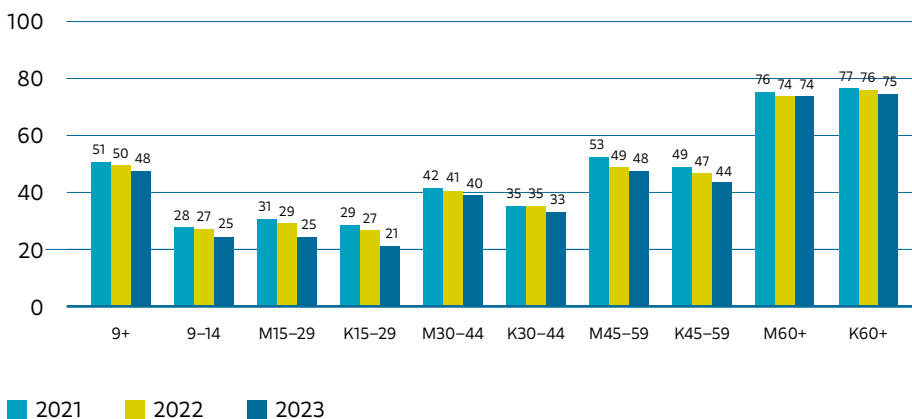
År 2023 nådde Yles tv-kanaler 72 procent av den finskspråkiga befolkningen och 66 procent av den svenskspråkiga varje vecka. Av de kommersiella mediebolagen nådde MTV (MTV3, MTV Sub och MTV Ava) varje vecka 69 procent och Nelonen Media (Nelonen, Jim, Liv, Hero) 63 procent av hela befolkningen.



Yle genomförde ett förortsprojekt som främjade journalistikens mångfald, där journalisterna fördjupade sig i livet i tio stadsdelar runt om i Finland. Yles redaktion i Tammerfors gjorde nyheter och en sändning till Radio Suomi Birkaland från Hervanta.

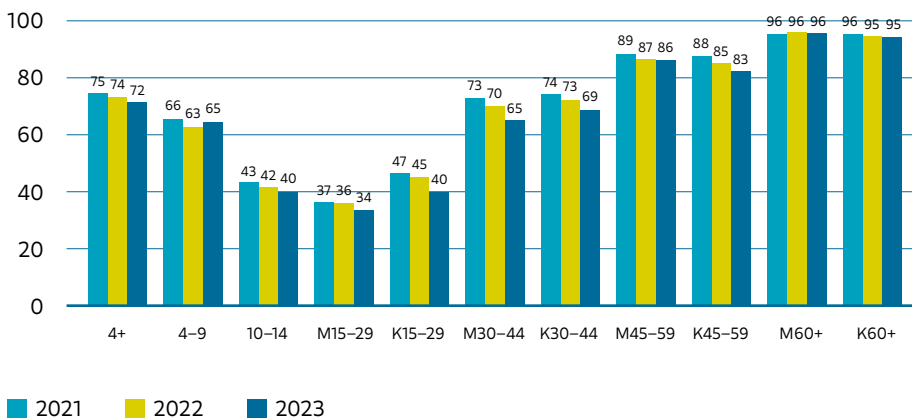
Bild: Kirsi Matson-Mäkelä / Yle

Yles radiokanaler, räckvidd per dag 2021–2023, enligt ålder, procent



Källa: 9+-befolkningen, Nationella Radioundersökningen, Finnpanel 2021–2023

Yles tv-kanaler, räckvidd per dag 2021–2023, enligt ålder, procent



Källa: 4+-befolkningen, TV-mätarundersökning, Finnpanel 2021–2023

Av Yles tv-kanaler var Yle TV1 den populäraste och nådde i genomsnitt 62 procent av finländarna varje vecka. Av de övriga kanalerna nådde Yle TV2 59 procent, Yle Teema 29 procent och Yle Fem som sänds på samma kanalplats 27 procent av finländarna. Yle TV1 var den populäraste kanalen även bland finlandssvenskar och når varje vecka 53 procent av de svenskspråkiga. Yle Fem nådde 44 procent av den svenskspråkiga befolkningen varje vecka.

Yles regionala tv-nyhetsändningar har fortfarande en bred publik, även om antalet tittare minskade jämfört med föregående år. Det första regionala vardagskvällssändningen på Yle TV1 hade i genomsnitt 393 000 tittare (2022: 532 000). De senare sändningarna efter klockan 18 hade i genomsnitt 564 000 tittare (2022: 704 000).

Folk lyssnade totalt sett lite mindre på Yles radiokanaler jämfört med föregående år. Totalt nådde de 47 procent av den finskspråkiga befolkningen och 68 procent av finlandssvenskarna varje vecka. Lyssnandet på kommersiell radio delas i Finland huvudsakligen mellan två stora aktörer. År 2023 nådde Bauer Media varje vecka 46 procent och Sanoma Media 38 procent av finländarna.

Yle Radio Suomi var fortfarande den enskilda radiokanalen som det lyssnades mest på. Den nådde 31 procent varje vecka. Yle Radio 1 nådde 13 procent varje vecka, och Yle Puhe, som lades ner i slutet av året, nådde 6 procent av finländarna.

Yle Vega, som hör till Svenska Yle, är den enda radiokanalen som även sänder regionala program på svenska i Finland. Dess räckvidd per vecka förblev



Yle har den lagstadgade uppgiften att bereda sig på att sköta tv- och radioverksamheten i undantagsförhållanden. Yle har tränat på att agera i störningssituationer på egen hand och med samarbetspartner samt genom att delta i regionala beredskapsövningar. Beredskapen utvecklas i samarbete med myndigheterna.

Bild: Ilmari Fabritius / Yle

55 procent. Av Yles kanaler för ungdomar nådde YleX 10 procent av befolkningen och Yle X3M 18 procent av de svenskspråkiga varje vecka. Lyssnandet på båda minskade jämfört med föregående år.

Webbtjänster

Digitala tjänster blir vanligare, vilket visade sig som en skärpt konkurrens. Personer i olika åldrar blir allt mer vana vid streamingtjänster, och personanpassningen av tjänsterna får en större betydelse.

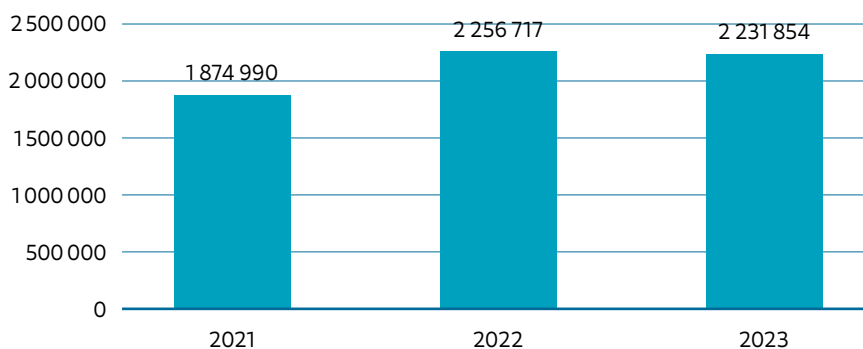
Under 2023 nådde Yle.fi och Yle-appen drygt 2 miljoner finländare varje vecka. Räckvidden var relativt jämn under hela 2023. Bland personer under 45 år ökade riksdagsvalet räckvidden till en rekordhög nivå. Sett till alla Yles webb- och mobiltjänster var anta-

let besök nästan 4 miljoner per dag och över 26 miljoner per vecka.

Yle Arenans video- och audioinspelningar samt direktsända radio- och tv-sändningar startades i genomsnitt 3 miljoner gånger per dag. Användaren tillbringade över 74 minuter per vecka på Yle Arenan, och ökningen jämfört med föregående år var 2 procentenheter. På Yle Arenan ökade i synnerhet efterfrågan av audioinnehåll.

Finländarnas användning av olika tjänster mättes också med enkätundersökningar med ett representativt urval. Enligt undersökningar hamnade Yles finskspråkiga nyheter Yle Uutiset på tredje plats. 60 procent av finländarna svarade att de använder nyhetstjänsten varje vecka. Yle Arenan var den sjunde mest använda webbtjänsten med en andel på 51 procent, och på åttonde plats kom Yle.fi-webbplatsen och Yle Sää, som 49 procent sade sig använda.

Yles webb, räckvidd per vecka 2021–2023, hela befolkningen, antal



■ Yle.fi

Källa: FIAM, 2021 vecka 34–52, 2022 vecka 1–52, 2023 vecka 1–48



Utveckling av Yles verksamhet och verksamhetsprinciper

5

5.1 UTVECKLING AV VERKSAMHETEN

Omvälvnngen av den digitala informationsmiljön, utbredningen av artificiell intelligens, den accelererande förändringen i medieanvändning samt den globala konkurrensen från plattforms- och teknikjättar gör de inhemska mediernas verksamhetsmiljö ännu mer utmanande. Som public service-bolag måste Yle kunna erbjuda innehåll och tjänster på ett allt mer träffande sätt och via lämpliga distributionskanaler, så att bolaget kan betjäna personer i alla åldrar i enlighet med sitt lagstadgade uppdrag.

År 2024 fortsätter Yle att personanpassa de digitala tjänsterna och utveckla sitt public service-utbud i enlighet med strategin *Gemensamt för alla, unikt för mig*. Yle fokuserar särskilt på att stärka de digitala huvudtjänsterna, det vill säga Yle Arenan och webbplatserna Yle.fi och svenska.yle.fi samt Yle-appen.

Framöver strävar Yle efter att ytterligare öka antalet personer som loggar in i tjänsterna med ett Yle-konto och att stärka mångstämmigheten genom att i synnerhet beakta de finländare för vilka bolaget är mindre betydelse-

fullt för medieanvändningen. Målet är att göra hela Finland synligt så att innehållet och tjänsterna på ett så mångsidigt sätt som möjligt speglar ett brett spektrum av olika människor, tankar och livsmiljöer.

Yle använder AI på ett nytt sätt för att stödja verksamheten. Utvecklingen styrs av public service-uppdraget, ansvarsfullhet och Yles nya AI-principer. Utnyttjandet av den nya tekniken kräver förnyelse av verksamheten och säkerställande av den nödvändiga kompetensen inom artificiell intelligens, digital teknik och data. Det krävs också fortsatta satsningar på säkerhet och informationssäkerhet. Åtgärderna syftar också till att kontinuerligt förbättra den verksamhetsmässiga och ekonomiska effektiviteten.

Innovationer och försök som genomförs inom bolaget ger värdefulla insikter om möjligheterna med ny teknik och framtida utvecklingsbehov. Ett exempel på detta är användningen av molnteknik i radiosändningar. I distributionen förbereder sig Yle för att avsluta SD-distributionen våren 2025.

Yle har också samarbetat med företags- och universitetsaktörer för att främja den europeiska AI-utvecklingen. Bakgrunden är det identifierade behovet av att stärka Europas digitala självständighet genom att bygga språkmodeller som återspeglar lokal kultur och lokala särdrag för att stödja innovation.

5.1



Bild: Jukka Lintilä / Yle

5.2

5.2 YLES PARTNERSKAP OCH SAMARBETE MED ÖVRIGA MEDIER

Yle har en god teknisk och operativ beredskap att svara på säkerhetshot och beredskapen utvecklas kontinuerligt som en del av det riksomfattande beredskapsnätverket. Bolaget har fungerande metoder för att avvärja exempelvis attacker mot informations säkerheten som det förändrade världsläget för med sig.

Yle utvärderar regelbundet förändringsbehov i fråga om sina fastigheter och har under de senaste åren minskat antalet lokaler. År 2023 fattades beslutet att avveckla de föråldrade lokalerna i Vasa, där man istället söker efter moderna lokaler under de närmaste åren.

I enlighet med strategin är Yles mål att ingå partnerskap som skapar mervärde för de deltagande aktörerna, såsom den kreativa branschen och samhället i stort. Det mångsidiga samarbetet omfattar allt från läroanstalter och högskolor till organisationer, kultur, produktionsbolag, teknik och andra inhemska medier.

Målet med samarbetet med andra medier är att både Yle och det övriga inhemska mediefältet ska dra nytta av samarbete där man delar kompetens, visningsrätter eller resurser. Samarbetet sker med de finsk- och svenskspråkiga mediebolagen samt nyhetsbyrån FNB på det sätt som Yle-lagen förutsätter.

Under 2023 fortsatte Yle många redan ingångna partnerskap och samarbetsprojekt samt tog nya initiativ tillsammans med olika aktörer. Representanter för kommersiella medier erbjuds bland annat Yles utbildningar i artificiell intelligens.

Yles finskspråkiga nyhets- och aktualitetsenhet anordnade evenemang i sex regioner runt om i Finland där man tillsammans med representanter för kommersiella medier tog fram idéer om

hur man kan utöka samarbetet. Evenemangen fortsätter år 2024. I riksdagsvalet våren 2023 erbjöd Yle valkompassen och resultatjämnaren till tio andra medier med en möjlighet att skraddarsy t.ex. valkompassens visuella utseende.

Genom att dela visningsrättigheter för sport med kommersiella medier strävar Yle efter att säkerställa att den finska publiken har tillgång till ett brett spektrum av idrotter i en allt hårdare priskonkurrens. Bland annat finländsk boboll och fotboll blev fritt tillgängliga för finländarna igen när Yle ingick ett avtal med Nelonen Media om att visa utvalda matcher på Yles kanaler åren 2023–2025.

Yle förvärvade rättigheterna till sommar- och vinter-OS för åren 2026–2032. Yle deltog i det gemensamma anbudet som medlemsländerna i Europeiska rundradiounionen (EBU) lämnat in, och i Europa beviljades rättigheterna till EBU och Warner Bros. Discovery.

Som en ny samarbetsform inledde Yle ett pilotprojekt där allmännyttiga och offentliga organisationer fick möjlighet att publicera innehåll på Yle Arenan. Totalt publicerades 30 innehåll under året. Samarbetspartnerna ansåg att den synlighet och de lärdomar för utveckling av verksamheten som Yle Arenan gav var värdefulla. År 2024 utvidgas försöket till att även omfatta kultur och ungdomsidrott.

Inför år 2024, som har utsetts till ett temaår för bildning av undervisnings- och kulturministeriet, ingick Yle ett partnerskapsavtal med Folkupplysningssällskapet sr. Partnerskapet förverkligar Yles uppdrag att producera innehåll för finländare ur ett bildnings- och jämställdhetsperspektiv. Samarbetet inleddes med Visit Levi redan i november 2023 när man under framtidsevenemanget *Aurora – tulevaisuus-tapahtuma tunturissa*, tittade närmare på bildningens betydelse.

Yle och stora samhällsaktörer (bland annat Finlands olympiska kommittén, Kommunförbundet, arbetsmarknadens

centralorganisationer EK, KT, Akava, FFC och STTK) förband sig till det gemensamma projektet Finland – Ett land och ett folk med god funktionsförmåga, som strävar efter att främja motion. Projektet inleds år 2024

5.3. ANSVAR I YLES VERKSAMHET

Genom sitt public service-uppdrag förverkligar Yle ett omfattande samhällsansvar. Ansvarsfullheten bedöms med hjälp av aspekter som anknyter till ekonomisk, social, administrativ och ekologisk hållbarhet i enlighet med ansvarsvisionen.

Betydande ansvarsfrågor behandlas i bolagets ledningsgrupp och beslut om dem fattas beroende på ärendet av antingen den verkställande direktören eller styrelsen. Ledningsgruppen behandlar de mål, indikatorer, rapporter och eventuella betydande ansvarsprojekt som styrelsen ska fatta beslut

om. Styrelsens beslut bereds antingen i revisionsutskottet eller i personal- och premieringsutskottet. Stygruppen för hållbarhet samordnar projekt för hållbarhet som berör hela bolaget, följer upp risker och lagstiftningsprojekt som berör hållbarhet samt leder bolagets hållbarhetsrapportering. Ordförande för styrgruppen är direktören för juridiska ärenden.

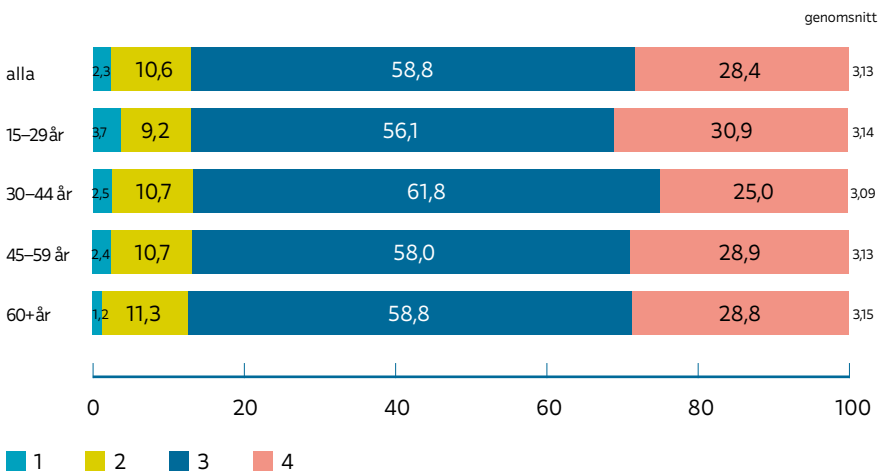
Ledningsgruppen godkände Yles ansvarsstyrningsmodell och principerna för ansvarsfull AI. Resultatet av den dubbla väsentlighetsanalys som krävs enligt det nya direktivet om hållbarhetsredovisning kom i slutet av året. Arbetet fortsätter med att definiera mål och indikatorer.

Det finns utbildningspaket för medarbetare inom flera områden av ansvarsfullhet, till exempel etiska principer, mångfald och inkludering i arbetslivet, dataskydd och informationssäkerhet.

5.3

Yle som ansvarsfull aktör 2023,

procent



1 = inte alls ansvarsfull 4 = synnerligen ansvarsfull = 1 000

Källa: Befolkningen över 15 år, Hur värdefullt är Yle för finländarna, Norstat 2023

Yle använder miljösystemet Albert, som är avsett för att mäta miljöeffekter av film- och tv-produktioner. Systemet har utvecklats i Storbritannien och används av över 2 000 produktionsbolag över hela världen. Systemet införs stegvis i egna produktioner och för innehåll som köps av produktionsbolag.

Yle följer upp sina framgångar inom ansvarstagande genom betyget för ansvarsfaktorn i T-Media Oy:s undersökning Luottamus & Maine. Resultatet för 2023 var 3,50 (skalan 1–5, 2022: 3,55). Målet var mediebranschens bästa resultat, vilket också uppnåddes.

ansvariga redaktören leder och övervakar det journalistiska arbetet, och fattar i sista hand beslutet om publicering av innehållet. Den ansvariga redaktörens ansvar och uppgifter fastställs i lagen om yttrandefrihet. De ansvariga redaktörerna utses av bolagets styrelse.

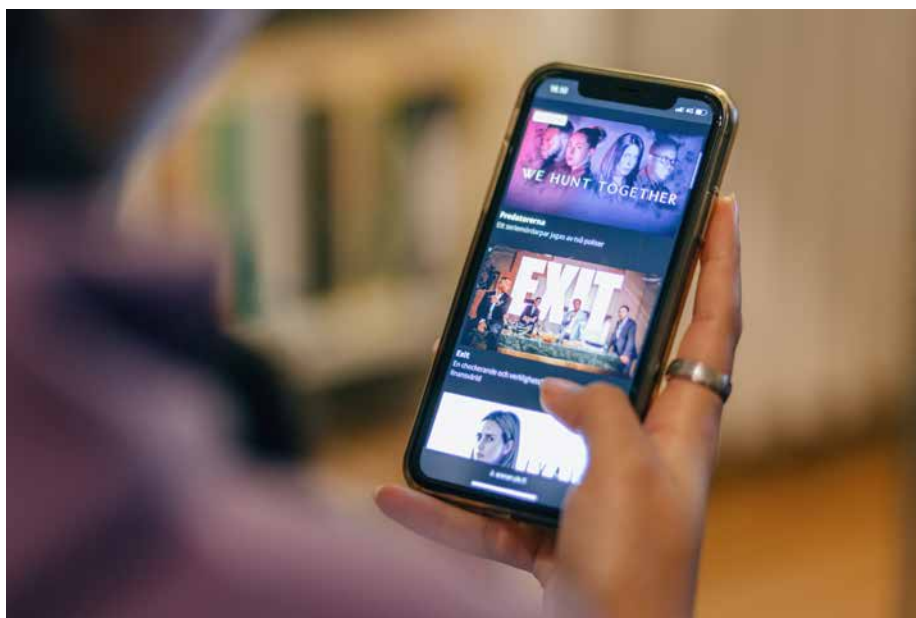
De ansvariga redaktörerna ska se till att Yle i sin innehållsproduktion och utgivning följer lagen, de etiska riktlinjerna och andra anvisningar som gäller bolagets verksamhet. De följer också regelbundet vid sina möten eventuella åtgärder som hotar oberoendet samt rapporterar årligen om detta till Yles styrelse.

De ansvariga redaktörerna avtalar också om gemensamma riktlinjer och utveckling av de journalistiska processerna. Yles chef för journalistiska standarder och etik, chefen för mediareglering och bolagets juridiska avdelning hjälper dem vid behov med frågor som rör ansvarsfull verksamhet.

5.4

5.4 OBEROENDE OCH VERKSAMHETSPRINCIPER

Yles utgivning och innehållsproduktion baserar sig på Yles värderingar och de etiska principerna inom branschen. Den



Från och med december 2023 måste man logga in med Yle-konto för att använda Yle Arenans mobilappar. Genom att logga in kan användaren exempelvis välja mer skräddarsydda teman och enklare hitta intressant innehåll på Yle Arenan.

Bild: Laura Mainiemi / Yle

Bolaget har egna etiska anvisningar för programverksamheten och innehållet, som ska följas vid sidan av journalistreglerna i det journalistiska arbetet och i publiceringen av innehåll. Yle har också etiska anvisningar för hela personalen. Bolaget anordnar regelbunden utbildning och vägledning om lagstiftning, viktiga riktlinjer och etiska principer för publiceringsverksamhet.

Självregleringsorganet Opinionsnämnden för massmedier (ONM) tolkar Journalistreglerna. ONM bedömer från fall till fall om utgivaren har agerat enligt god journalistisk sed. Nämnden kan också instruera branschen genom principutlåtanden gällande centrala etiska frågeställningar inom journalistiken.

ONM fattade år 2023 tre beslut som berörde Yle, varav två var friande och ett var fällande. Det fällande beslutet gällde dold reklam då Yle publicerat en artikel om ett företag direkt på basis av ett pressmeddelande från Finska Notisbyrån.

Yles styrelse beslutade 2017 att Yle regelbundet ska genomföra en auditering av det journalistiska oberoendet som utförs av externa experter. Den senaste auditeringen utfördes 2020. I slutet av rapporteringsåret förberedde de ansvariga redaktörerna nästa auditering, som ska ske år 2024.

5.5 PERSONALUTVECKLING

Antal anställda och anställningsförhållanden

År 2023 utfördes 2 800 årsverken i fasta anställningar med månadslön inom Yle, vilket är 50 årsverken mer än föregående år. I alla anställningsförhållanden var antalet årsverken i genomsnitt sammanlagt 3 360, dvs. 17 fler än året innan.

Yle utvecklade sin digitala förmåga genom att i stället för konsulttjänster rekrytera egen kunnig personal för

expertuppgifter inom data- och programvaruutveckling. Rekryteringen av kunnig arbetskraft möjliggörs av en god arbetsgivarimage samt moderna verktyg och arbets sätt. Inköpen av externa tjänster minskade i motsvarande grad.

Dessutom preciserades användningen av olika anställningsformer i enlighet med uppgifter och personalbehov, så att antalet fasta anställningar ökade och användningen av visstidsanställningar minskade på motsvarande sätt.

Av de anställda med månadslön arbetade 86 procent med direkt innehållsskapande, medan 14 procent arbetade inom stöd- och administrativa uppgifter.

Främjande av jämställdhet och mångfald

Antalet fasta anställningar var fördelade 50–50 mellan kvinnor och män. Könsfördelningen var jämn även på olika chefsnivåer. 57 procent av journalisterna med månadslön och 58 procent av producenterna var kvinnor. Däremot var några mindre yrkesgrupper fortfarande mycket kvinno- eller mansdominerade.

Bland de anställda inom kollektivavtalsområdet för programanställda som klassificerats enligt kravnivå (omkring 2 050 anställda) var kvinnornas medel lön 99,0 procent av männens lön. Motsvarande siffra för hela bolaget var 96,8 procent. Situationen har hållit sig på samma nivå i flera år.

Yle strävar efter att främja mångfald och jämställdhet bland personalen genom att rekrytera medarbetare från så mångsidiga bakgrunder som möjligt. Det åtta månader långa programmet Yle Uutiskoulu erbjöd utbildning för personer utanför den traditionella journalistiska utbildningsstigen. Genom yrkeshögskolepraktik sysselsatte Yle journalister med invandrabakgrund.

5.5

Kunskapsutveckling

Yle satsar systematiskt på att utveckla personalens kompetens, arbetshälsa, arbets säkerhet och högklassigt ledarskap. Bolaget främjar aktivt en intern diskussionskultur, moderna arbets sätt och arbetsgemenskaper genom att engagera medarbetarna.

För att stärka en mer mångsidig och inkluderande intern kultur fortsatte Yle med utbildningar i ämnet som var öppna för alla medarbetare. I slutet av 2023 hade redan 811 Yle-medarbetare deltagit i utbildningen. Yle satsade på att utveckla den interna diskussionskulturen och offentliggjorde Yles principer för gott bemötande så att medarbetarna kunde kommentera dem.

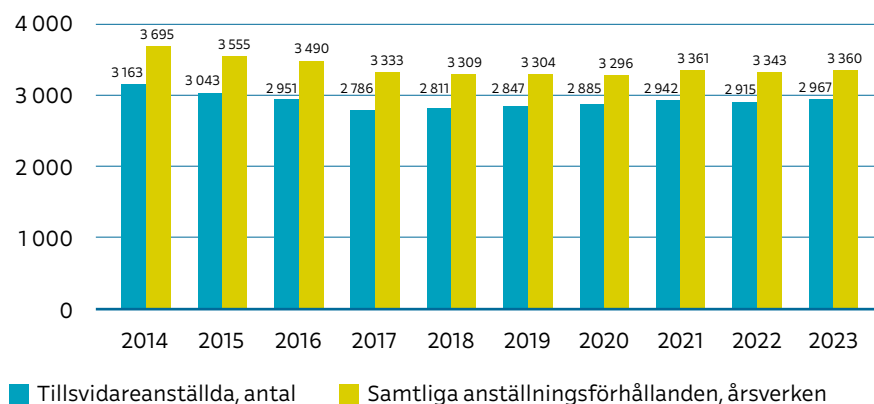
Under 2023 erbjöds Yles team stöd för att utveckla arbetet och arbetsge-

menskaperna. Det finns modeller för hur arbetsgemenskaperna kan utveckla teamens arbete, gå igenom Yles principer för gott bemötande och ta del av personalenkätens resultat. Särskilt stöd riktades till de team vars enkätresultat sjunkit markant.

Yle grundade ett nätverk för unga, vars mål är att hjälpa och lyssna på unga medarbetare i början av deras arbetskarriär och hjälpa dem att nätverka. Verksamhetsmodellen Yle-veteran, som fungerar som stöd under de sista åren av arbetskarriären, har vidareutvecklats.

Journalistakademin anordnade utbildningar för 940 Yle-medarbetare om bland annat faktakontroll, visuell journalistik och nya sätt att berätta. Akademin bjöd också på aktuella diskussioner om artificiell intelligens och relationen mellan media och politiker.

Yles personalutveckling 2014–2023, st



I november arrangerades dessutom en AI-dag tillsammans med utbildningsfonden Koura, där även journalister från MTV deltog.

Yle fortsatte med ledarskapscoaching för både erfarna och nya chefer. Under 2023 startade Yle en producentcoaching med målet att stärka producenternas ledarskaps- och innehållskompetens.

Team och individer erbjöds mångsidigt diskussionsstöd för att hantera det påfrestande världsläget och tuffa intervjusituationer. Anvisningar och en utbildningshelhet utvecklades också för personer som utsätts för trakasserier eller annat osakligt bemötande på nätet eller i sociala medier. Olika stödformer för personer som utsätts för trakasserier utvecklades i samarbete med företagshälsovården.

En tyngdpunkt inom arbets säkerhet var att stärka kompetensen inom arbets säkerhet. Yle pilottestar en arbets säkerhetskortsutbildning för kreativa produktionsbranscher, som utvecklats av Arbetarskyddscentralen. Satsningarna på chefernas kompetens inom ledning av arbetsförmåga fortsatte.

Framgångsindexet, som mäter medarbetarnas nöjdhet, förbättrades jämfört med föregående år (skala 1–5) till 3,86 (2022: 3,85). Personalens vilja att rekommendera Yle som arbetsgivare (eNPS-index, skala -100–+100) förblev ungefär på samma nivå +6 (+4) som under fjolåret.



Målet med Yles kampanj En miljon soppsåsar var att minska nedskräpningen, öka gemenskapen och bygga upp samarbetsnätverk mellan olika aktörer. 174 städer och kommuner samt 30 organisationer eller andra instanser var samarbetspartner i kampanjen.

Bild: Johanna Kannasmaa / Yle



Yles finansiering, kostnadsstruktur och förvaltning

6

6.1 YLES FINANSIERING OCH INTÄKTER

Yles ekonomi förblev i balans under 2023, trots att den generella kostnadsökningen påverkade bolagets verksamhet. Bolagets resultat för räkenskapsperioden uppgick till 4,3 miljoner euro (2022: -3,0). Räkenskapsperiodens resultat var lite bättre än förväntat. Yles

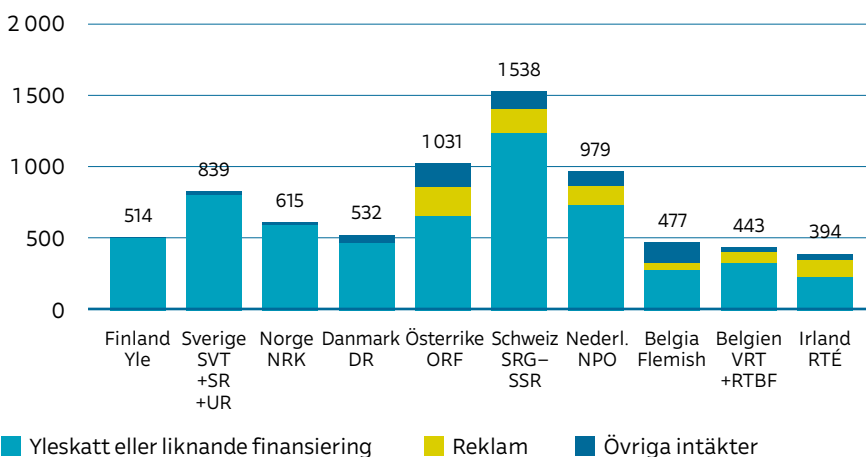
resultat varierar från år till år, men de årliga resultatvariationerna ska ta ut varandra så att ekonomin hålls i balans på längre sikt.

Yles omsättning var 527,3 miljoner euro. Ökningen jämfört med året innan var 3,0 procent.

I enlighet med lagen om placeringsfonder överfördes från statsbudgeten 575,8 miljoner euro till statens televi-

6.1

Jämförelse av finansieringen av public service-rundradiobolagen 2022, miljoner euro



☞

Yles arkiv är det största audiovisuella arkivet i Finland. Samlingen innehåller bland annat cirka 700 000 tv-program eller publikationer, nästan 2 miljoner radioprogram, mer än 1,5 miljoner fotografier och negativ, hundratusentals musikinspelningar, ljudeffekter, noter och böcker. Bilden visar hur ljudeffekter tillverkades i Yles radiohus år 1949.

Foto: Miikka Varila / Yle

6.2

sions- och radiofond, vilket inkluderar den indexhöjning på 3,4 procent som man beslutade om 2023. Av detta anslag som baserar sig på Yleskatten betalar Yle mervärdesskatt till staten enligt en skattesats på 10 procent, dvs. nettoanslaget var 523,5 miljoner euro. Anslag från statens televisions- och radiofond betalas till Yle enligt användningsplanen och finansieringsbehovet.

Finansieringen av rundradioverksamheten i Finland är på medelhög nivå eller strax under jämfört med exempelvis övriga nordiska länder eller medelstora europeiska länder med liknande rundradiobolag.

YLE KÖPTE INNEHÅLL OCH PROGRAMTJÄNSTER FÖR 97,1 MILJONER EURO 2023

- 35,7 miljoner euro för inhemska visningsrätter för bland annat finskt drama, dokumentärer och faktainnehåll
- 14,3 miljoner euro för upphovsrättsersättningar
- 24,3 miljoner euro till Teosto och Gramex i ersättningar för användning av musik
- 22,8 miljoner euro för andra tjänster inom programverksamheten, såsom produktions-tjänster, dubbnings-tjänster och intervju-, expert- och medhjälpararvoden.

År 2023 finansierade Yle 9 långa och 12 korta inhemska filmer, och över hälften av alla inhemska långfilmer producerades med hjälp av Yles finansiering.

Yle erbjöd jobb till 4 122 kreativa frilansare, från redaktörer till manusförfattare, skådespelare och musiker.

Intäkterna totalt uppgick till 529,6 miljoner euro (514,1), av vilket anslaget som utgår från Yleskatten utgjorde 98,8 procent (98,5). Yles övriga intäkter är huvudsakligen intäkter från försäljning av program och tjänster.

6.2 KOSTNADSSTRUKTURENS UTVECKLING OCH KOSTNADER

Yles kostnader uppgick sammanlagt till 525,3 miljoner euro (517,1).

Personalkostnaderna uppgick till 248,4 miljoner euro (235,6) och motsvarade 47,3 procent av samtliga kostnader. Personalkostnaderna ökade med 5,4 procent jämfört med föregående år, vilket berodde på löneökningar enligt kollektivavtalen och ökade pensionskostnader.

Löner och arvoden ökade med 4,7 procent och uppgick till 207,1 miljoner euro (197,8). Pensionskostnaderna var 34,0 miljoner euro (30,8) och övriga lönebikostnader 7,3 miljoner euro (7,0).

Avskrivningar och nedskrivningar utgjorde sammanlagt 79,2 miljoner euro (85,9), vilket var 7,9 procent mindre än året innan. Avskrivningar på visningsrätter utgjorde 60,0 miljoner euro (66,5), vilket var 9,8 procent mindre än året innan. Av avskrivningarna på visningsrätter hänförde sig 35,7 miljoner euro till inhemska visningsrätter (35,9) och 24,2 miljoner euro till utländska visningsrätter och visningsrätter för sport (30,5). Avskrivningar på övriga anläggningstillgångar utgjorde totalt 18,5 miljoner euro (19,2), vilket är en nedgång på 3,8 procent från året innan. Nedskrivningarna uppgick till 0,7 miljoner euro (0,2).

Övriga rörelsekostnader steg något och uppgick till 197,1 miljoner euro (195,2). Där ingick 24,3 miljoner euro (24,2) för ersättningar till skapare av musik, skivproducenter och upphovsrättsorganisationer som företrädare konstnärer. Kostnader för visningsrätter, reprisersättningar och andra ersätt-

ningar för rättigheter till program uppgick till 14,3 miljoner euro (14,2).

Yle köpte andra tjänster för programverksamheten till ett värde av 22,8 miljoner euro (24,0). I övriga rörelsekostnader ingick kostnader för teknik 49,0 miljoner euro (48,5), distribution 30,9 miljoner euro (28,3) samt för hyror och fastigheter 22,3 miljoner euro (23,2).

Finansiella intäkter och kostnader uppgick till sammanlagt -0,6 miljoner euro netto (-0,4). Finansieringskostnaderna inkluderar en nedskrivning på 0,9 miljoner euro för investeringen i Finlands Autentiseringsandelslag, vars tjänst Sinuna upphör i februari 2024.

Yles viktigaste investeringsprojekt under året hade anknytning till medie- och produktionssystem, verksamhetslokaler samt produktionsmedel.

6.3 YLES FÖRVALTNING OCH ORGANISATION

Yles förvaltningsorgan utgörs av förvaltningsrådet, styrelsen och verkställande direktören. Yle har redovisat för bolagets förvaltnings- och styrsystem samt premieringsrapporten som en del av Yles årsberättelse.

Förvaltningsrådet

Yles högsta beslutande organ är förvaltningsrådet, som har 21 medlemmar. Riksdagen väljer medlemmarna i förvaltningsrådet på valperiodens första riksmöte. Förvaltningsrådets medlemmar inleder sitt uppdrag så snart valet av Rundradion Ab:s förvaltningsråd har förrättats i riksdagens plenum. Till medlemmar i förvaltningsrådet ska väljas personer som är förtrodda med vetenskap, konst, kulturarbete samt näringslivet och ekonomiska frågor samt personer som företräder olika samhälls- och språkgrupper. Två representanter utsedda av bolagets medarbetare har närvaro- och yttranderätt på förvaltningsrådets möten.

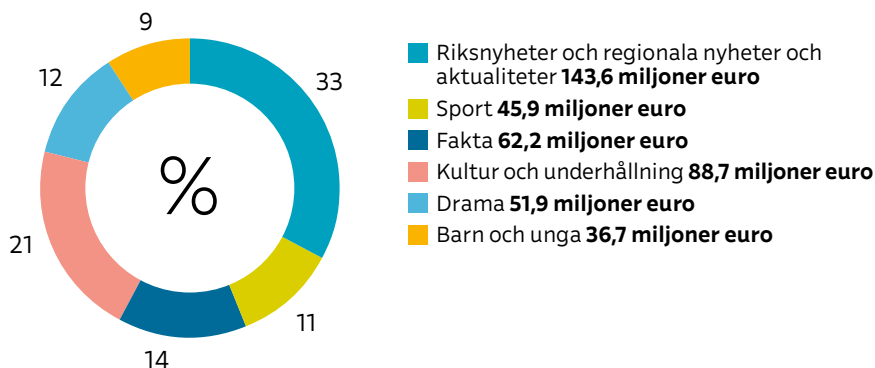
Yle fick ett nytt förvaltningsråd år 2023. Fram till den 28 juni var Arto Satonen (Saml) ordförande för förvaltningsrådet, och Ari Torniainen (C) var vice ordförande. Från och med den 28 juni är Sinuhe Wallinheimo (Saml) ordförande för förvaltningsrådet och Jari Ronkainen (Sannf) är vice ordförande.

Förvaltningsrådet sammanträdde sju gånger under 2023.

6.3

Innehåll och tjänster 2023,

429 miljoner euro



Förvaltningsrådets medlemmar

28.6.–31.12.2023

- Sinuhe Wallinheimo, ordförande (Saml)
- Jari Ronkainen, vice ordförande (Sannf)
- Pauli Aalto-Setälä (Saml)
- Li Andersson (VF)
- Elisa Gebhard (SDP)
- Maria Guzenina (SDP)
- Petri Honkonen (C)
- Teemu Keskisarja (Sannf)
- Pihla Keto-Huovinen (Saml)
- Marko Kilpi (Saml)
- Johan Kvarnström (SDP)
- Suna Kymäläinen (SDP)
- Hanna-Leena Mattila (C)
- Maria Ohisalo (Gröna)
- Mikko Ollikainen (SFP)
- Susanne Päivärinta (Saml)
- Päivi Räsänen (KD)
- Jaana Strandman (Sannf)
- Joakim Vigelius (Sannf)
- Pia Viitanen (SDP)
- Timo Vornanen (Sannf)

Personalrepresentanter

30.5.–31.12.2023

- Tapio Räihä
- Jukka Kuusinen

Förvaltningsrådets medlemmar

1.1.–28.6.2023

- Arto Satonen, ordförande (Saml)
- Ari Torniainen, vice ordförande (C)
- Marko Asell (SDP)
- Markku Eestilä (Saml)
- Maria Guzenina (SDP)
- Saara Hyrkkö (Gröna)
- Olli Immonen (Sannf)
- Pihla Keto-Huovinen (Saml)
- Anneli Kiljunen (SDP)
- Esko Kiviranta (C)
- Hanna Kosonen (C)
- Suna Kymäläinen (SDP)
- Leena Meri (Sannf)
- Mikko Ollikainen (SFP)
- Jenni Pitko (Gröna)
- Jari Ronkainen (Sannf)

- Päivi Räsänen (KD)
- Matti Semi (VF)
- Kari Tolvanen (Saml)
- Jussi Wihonen (Sannf)
- Johannes Yrttiaho (VF)

Personalrepresentanter 1.1.–30.5.2023

- Pirjo Auvinen
- Risto Mattila

Förvaltningsrådets uppgifter

Förvaltningsrådets uppgifter enligt lagen om Rundradion Ab och bolagsordningen är följande:

- välja och entlediga bolagets styrelse, styrelseordförande och vice ordförande samt fastställa styrelsemedlemmarnas arvoden
- besluta i ärenden som avser betydande inskränkningar i eller utvidgning av verksamheten eller väsentlig ändring av bolagets organisation
- säkerställa och övervaka att uppgifter som hör till den programverksamhet som bedrivs i allmännyttigt syfte blir fullgjorda
- göra i 6 a § i lagen avsedd förhandsprövning av tjänster och funktioner i förhållande till den allmännyttiga verksamheten och kommunikationsmarknaden som helhet och i förhållande till om de tillgodoser samhällets demokratiska, sociala och kulturella behov samt utifrån prövningen besluta om tjänsten eller funktionen ska erbjudas eller inte, samt offentliggöra beslutet och dess motivering
- besluta om bolagets strategi
- besluta om riktlinjerna för ekonomin och verksamheten
- granska och godkänna styrelsens verksamhetsberättelse
- övervaka förvaltningen av bolaget och till den ordinarie

bolagsstämman ge ett yttrande med anledning av bokslutet och revisionsberättelsen.

- Förvaltningsrådet ska dessutom årligen före utgången av april lämna en berättelse till riksdagen om hur den allmännyttiga verksamheten har genomförts och hur det har fullgjort sina styrnings- och tillsynsuppgifter under det föregående kalenderåret. Innan berättelsen lämnas ska Sametinget höras.

Förvaltningsrådet ska dessutom behandla övriga av styrelsen presenterade ärenden. Enligt bolagsordningen kan förvaltningsrådet ge styrelsen anvisningar i vittgående och principiellt viktiga ärenden.

Styrelsen

Yles styrelse består av minst fem och högst åtta medlemmar, som inte får

vara medlemmar i förvaltningsrådet eller tillhöra bolagets övriga högsta ledning. Styrelsens medlemmar utses av förvaltningsrådet. Bolagets styrelse ska representera en tillräckligt mångsidig sakkunskap och båda språkgrupperna.

Styrelsens ordförande och vice ordförande utses av förvaltningsrådet. Styrelseledamöternas mandattid varar från den ordinarie bolagsstämmans slut till utgången av följande ordinarie bolagsstämma.

Styrelsens ordförande 2023 var Matti Apunen. Katri Viippola var vice ordförande fram till den 26 april och Sirpa Ojala från och med den 26 april.

Verkställande direktör

Yles verkställande direktör var Merja Ylä-Anttila. Under den verkställande direktören verkar en ledningsgrupp bestående av direktörer för bland annat enheter och gemensamma funktioner.



Bilagor

FÖRVALTNINGSRÅDETS BESLUT 2023

Förvaltningsrådet har till uppgift att i enlighet med 6 § 3 punkten i lagen om Rundradion Ab se till och övervaka att uppgifter som hör till den programverksamhet som bedrivs i allmännyttigt syfte blir fullgjorda. Förvaltningsrådet verkställer denna uppgift genom att vid sina möten behandla olika temahelheter.

7.2.2023

- BESLUT: Yle avslutar FM-sändningarna av Yle Puhe våren 2024
- TEMA: Yles partnerskap och samarbete med kommersiella medier

28.3.2023

- Förvaltningsrådets rapport till riksdagen om Rundradions verksamhet 2022
- Verkställande av beslutet om förhandsprövning av audio on demand
- Verksamhetsberättelse och bokslut för år 2022
- Revisionsberättelse för år 2022
- Styrelsens utlåtande till den ordinarie bolagsstämman
- Ersättningar 2022
- Hållbarhetsöversikt

30.6.2023

- Förvaltningsrådets organisation och val av ordförande
- Organisation av förvaltningsrådets arbetsutskott

19.9.2023

- Förvaltningsrådets beslut om beredning av valet av en expert på public service-media och en expert på konkurrenslagstiftning

24.10.2023

- Förvaltningsrådets beslut om att sluta distribuera tv-sändningar i grundform i antenn- och kabelnätet 31.3.2025
- Principer som följs i Yles program om presidentvalet 2024
- TEMA: På lika villkor

28.11.2023

- Förvaltningsrådets beslut om att en förhandsprövning inte inleds med anledning av en begäran om en förhandsprövning av personifiering och inloggning på Yle Arenan
- Förvaltningsrådets beslut om permanenta experter
- TEMA: Stöd för demokrati och delaktighet

12.12.2023

- Sammansättningen av Yles styrelse och fastställande av årsarvoden för den period som inleds år 2024
- TEMA: Skapa, producera och bevara inhemsk kultur



SÁMEDIGGI
SÁMITIGGE
SÄÄ'MTE'Gǧ
SAAMELAISKÄRÄJÄT

SAMETINGETS UTLÅTANDE

Rundradions begäran om ett utlåtande 31.1.2024

Sametinget lämnar sina synpunkter på Rundradions förvaltningsråds berättelse till riksdagen om programmen och tjänsterna på samiska år 2023. Enligt lagen om Rundradion ska Sametinget höras innan berättelsen lämnas.

Precis som i föregående års utlåtande lyfter Sametinget fram en oro över antalet sändningstimmar för den samiskspråkiga radio- och tv-produktionen. Från 2022 till 2023 har antalet sändningstimmar i radion minskat med över 300 timmar per år. I Yles berättelse om de samiska tjänsterna nämns ingen anledning till denna förändring. Enligt Sametingets egna observationer sänds inte samiskspråkiga radioprogram från norska NRK och svenska SR på eftermiddagar som tidigare. Dessa eftermiddagssändningar har gett samer i Finland en möjlighet att följa aktuella frågor i de samiska områdena i Norge och Sverige, och har också gett bland annat arbetande personer möjlighet att lyssna på radio på eftermiddagarna efter arbetet.

Sametinget föreslår att Yle ska sända radioprogram som producerats i de övriga nordiska länderna vid tider när egen produktion på samiska inte sänds, och också ställa upp målet att öka antalet sändningstimmar för egenproducerade radioprogram. Med tanke på de

hotade samiska språkens livskraft är det mycket viktigt att både modersmålstalare och personer som lär sig språket har möjlighet att lyssna på talat språk. I språkforskningen pratar man om mängden "input" av språket, det vill säga hur mycket det är möjligt att höra språket inom olika samhällsområden, och dess betydelse för språkinläringen. Särskilt när det gäller hotade minoritetsspråk finns det anledning att vidta aktiva åtgärder för att öka mängden samiskt innehåll, vilket i sin tur bidrar till återhämtningen och livskraften hos de samiska språken.

Enligt berättelsen publicerade redaktionen för Yle Sápmi över 800 textartiklar på nätet år 2023. Artiklarna samlade i genomsnitt cirka 50 000 sidladdningar per vecka. I berättelsen beskrivs inte närmare hur antalet artiklar fördelas mellan de olika samiska språken och om en del av publikationerna producerats av andra redaktioner. I berättelsen beskrivs inte heller hur mycket resurser Yle Sápmi använder för att producera finskspråkiga nyheter. Sametinget känner till att Yles samiskspråkiga redaktion ofta får önskemål om finskspråkiga versioner av nyheter, och att den också bidrar till språkteknologins utveckling och även utvecklar verktyg för att underlätta de samiskspråkiga journalisternas arbete, såsom AI-baserade verktyg, och reserverar nödvändiga resurser för detta. Utvecklingen av den samiska artificiella

intelligensen innefattar också en nordisk samarbetsaspekt som bör utnyttjas.

Slutligen konstaterar Sametinget att Yle Sápmi är ett viktigt och betydelsefullt medium för den samiska befolkningen, särskilt eftersom det inte finns några andra permanenta samiska medier i Finland. Den samiska befolkningen har höga förväntningar på Yle Sápmi. Yle kan bidra till att uppfylla dessa förväntningar genom att öka hela befolkningens medvetenhet om samiska frågor. Sametinget påminner dock om att Yles samiska redaktion har som uppgift att ansvara för den samiska programverksamheten, och om man vill öka det finskspråkiga innehållet om nyheter som berör den samiska kulturen måste man avsätta särskilda resurser för detta.

I berättelsen för år 2023 anges inte hur många som tittar på Ođđasat-sändningen. Eftersom sändningstiden fortfarande är dålig och oregelbunden, på kvällens sista programplats, är Sametinget oroligt för det relativt låga antalet tittare och programplatsen för nyhetssändningen. Artificiell intelligens har blivit ett viktigt verktyg i olika typer av informationsarbete och underlättar även journalistiskt arbete. Yle har i samband med sina nyheter utvecklat egna AI-verktyg i flera år, och AI har använts för att sammanfatta eller översätta nyheter och utveckla artikelämnen. Det är värt att notera att de samisk-

språkiga journalisterna inte har tillgång till samma verktyg för att underlätta och påskynda arbetet. Å andra sidan går det inte heller att erbjuda samiska läsare samma tjänster, till exempel sammanfattningar av nyhetsartiklar som skapas av artificiell intelligens.

Eftersom det inte finns tillräckligt med verktyg för artificiell intelligens på samiska språk behöver utvecklingen av den samiska språkteknologin mycket stöd i framtiden och den kommer inte att byggas utan systematiska åtgärder för att utveckla den. Yle är en central aktör i det arbetet på grund av de omfattande ljud- och textdokument på samiska som bolaget producerar. Sametinget hoppas att Yle ska stödja de samiska språken genom att stärka den samiska redaktionens kunskaper och ge resurser till nya initiativ för radio, internet och tv.

*Pirita Näkkäläjärvi,
ordförande*

*Anne Kirste Aikio,
samiska språksäkerhetssekreteraren*

*Ordföranden godkände utlåtandet den
23 februari 2024*

Rundradion Ab

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

Strategi/Ekonomi/Kommunikation

Redaktörer: Kirsi Brück och Laura Karvinen

Layout: Milton Oy

Tryck: Grano Oy

ISSN 2984-1364 (tryckt)

ISSN 2984-1372 (webbpublikationen)



Gemensamt för alla, unikt för mig