

# **Sveriges Televisions public service-redovisning 2006**

**Sveriges Television AB 2007**

Kontakt: SVT Strategi, 105 10 Stockholm, e-post: [psr@svt.se](mailto:psr@svt.se)

Redaktionsgruppen: Arne Cederberg, Christina Forslund, Aulis Gröndahl, Thomas Håkansson, Tomas Lindhé, Jocke Norberg, Jan Petersson (projektledare).

<u>Avsnitt</u>	<u>Innehåll</u>	<u>Sidan</u>
<b>1</b>	<b>Inledning</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Public service-redovisningen för Sveriges Television</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>Tillståndsvillkoren och public service-redovisningen</b>	<b>7</b>
<b>4</b>	<b>Sveriges Television AB</b>	<b>10</b>
	4.1 Organisation	
	4.2 Konkurrens	
	4.3 Produktion	
<b>5</b>	<b>Programkanaler och tjänster</b>	<b>14</b>
	5.1 Rikssänt utbud i SVT1 och SVT2	
	5.2 Regionalt utbud i SVT2	
	5.3 SVT24	
	5.4 Barnkanalen	
	5.5 Kunskapskanalen	
	5.6 SVT Text	
	5.7 svt.se	
	5.8 SVT Europa	
<b>6</b>	<b>Programutbudet i SVT1 och SVT2</b>	<b>24</b>
	6.1 Faktautbudet	
	6.2 Nyhetsutbudet	
	6.3 Fiktion och Långfilm	
	6.4 Musikutbudet	
	6.5 Nöjesutbudet	
	6.6 Sportutbudet	
	6.7 Service	
<b>7</b>	<b>Program för barn och ungdom i SVT1 och SVT2</b>	<b>43</b>
<b>8</b>	<b>Program för språkliga minoriteter</b>	<b>48</b>
<b>9</b>	<b>Program för funktionshindrade</b>	<b>50</b>
<b>10</b>	<b>Folkbildning</b>	<b>52</b>
<b>11</b>	<b>Valet 2006</b>	<b>54</b>
<b>12</b>	<b>Spegla hela landet</b>	<b>60</b>
	12.1 Ett mångsidigt utbud på svenska språket	
	12.2 Kulturlivet i hela landet	
	12.3 Det mångkulturella Sverige	
<b>13</b>	<b>Internationell spegling</b>	<b>68</b>
<b>14</b>	<b>Jämställdhet</b>	<b>70</b>
<b>15</b>	<b>Kvalitetssäkring</b>	<b>74</b>
<b>16</b>	<b>Tillgodose publikens intressen</b>	<b>76</b>

<b>17</b>	<b>Typer av produktion</b>	<b>78</b>
	17.1 Allmänproduktion	
	17.2 Mångfald ur produktionsperspektiv	
	17.3 Utbudet fördelat på produktionstyper	
	17.4 Program av europeiskt ursprung	
	17.5 Formatproduktion	
<b>18</b>	<b>Myndighetsmeddelanden</b>	<b>82</b>
<b>19</b>	<b>Granskning av programmen</b>	<b>83</b>
<b>20</b>	<b>Forskning om programmen och om SVT</b>	<b>84</b>
<b>21</b>	<b>Utomståendes bedömningar</b>	<b>86</b>
<b>22</b>	<b>Publiken</b>	<b>87</b>
	22.1 SVT:s ställning hos publiken	
	22.2 Utbud och konsumtion för SVT:s båda huvudkanaler	
	22.3 Räckvidd	
	22.4 Tittartid	
	22.5 Tittandet på kvällstid	
	22.6 Publikens val i SVT1 och SVT2	
	22.7 Publiken och SVT24, Kunskapskanalen och Barnkanalen	
	22.8 Publikens värdering av SVT	
	22.9 Publiken och SVT Text	
	22.10 Publiken och svt.se	
<b>23</b>	<b>Publikkontakt</b>	<b>99</b>
<b>24</b>	<b>Sveriges Televisions ekonomi</b>	<b>101</b>
	24.1 Finansiering	
	24.2 Verksamhetens intäkter	
	24.3 Verksamhetens kostnader	
	24.4 Prestationer och resursinsatser i programverksamheten	
	24.5 Produktivitet	
	24.6 Programproduktion för funktionshindrade	
	24.7 Programproduktion för minoritetsspråk	
<b>25</b>	<b>Planer för 2006</b>	<b>107</b>
<b>26</b>	<b>Källor, definitioner, begrepp</b>	<b>109</b>
	26.1 Externa källor	
	26.2 Interna källor	
	26.3 Definitioner och begrepp	
	<b>Bilagor:</b>	
	<b>Tabellförteckning och tabeller</b>	Bilaga 1
	<b>Programtitlar 2006</b>	Bilaga 2
	<b>Produktionen utanför Stockholm</b>	Bilaga 3
	<b>Programscheman</b>	Bilaga 4
	<b>Revisorernas intyg</b>	Bilaga 5

## 1 Inledning

På följande sidor redovisar SVT hur uppdraget i allmänhetens tjänst uppfyllts i 2006 års programutbud i riks- och regionalsändningarna och i tjänster som kompletterar det utsända tv-utbudet. Statistik, bakgrundsuppgifter och kvalitativa redogörelser ger den intresserade läsaren möjlighet att granska och reflektera över förutsättningarna för det samlade programutbudets bredd, mångfald och kvalitet.

SVT har ett omfattande utbud. 2006 kunde en vanlig TV-tittare under ett genomsnittligt dygn välja bland 61 timmar program i Sveriges Televisions rikssändningar. Utbudet under hela året omfattade 22.200 timmar vilket var 13 800 timmar mer än bara tio år tidigare, då dygnsutbudet var 23 timmar.

SVT har landets mest sedda kanalfamilj. Navet i SVT:s utbud är huvudkanalerna SVT1 och SVT2. Kring dessa finns ett tilläggsutbud av temakanaler, text-tv, webbportal och andra tjänster.

SVT1 är den mest angelägna kanalen för svenska folket, en nationell arena. Under 2006 var SVT1 fortsatt landets största TV-kanal mätt i räckvidd och en god tvåa i tittartidsandelar. SVT2 med många experimentella program är en av landets tre stora kanaler. Utbudet i huvudkanalerna kompletteras med temakanalerna: service-, nyhets- och sportkanalen SVT24, Barnkanalen, Kunskapskanalen samt utlandskanalen SVT Europa. Det totala TV-utbudet kompletteras genom landets mest använda text-tv tjänst, SVT Text, och webben, svt.se, som stadigt ökar i användning. I den tilltagande konkurrensen, med etablering av nya kanaler, har SVT genom åren successivt tappat andelar av tittartiden.

Det strategiska målet för SVT:s satsningar är att med ett starkt programutbud vara hela svenska folkets public service-företag. I detta ingår att man för TV-avgiften ska få tillgång till de stora internationella sportevenemangen. Av de 100 mest sedda enskilda programmen år 2006 sändes 86 i SVT:s kanaler.

Det ställs många krav på public service-redovisningen. Den ska vara tillgänglig för en intresserad allmänhet och inte alltför omfattande och svårgenomtränglig. Den ska innehålla relevanta faktauppgifter som svar för den vetgirige som vill granska alla delar av public service-utbudet. Och den ska, sist men inte minst, uppfylla de redovisningskrav som följer av riksdagens uppdrag och sändningstillståndet. Detta diskuteras i nästa avsnitt. Avsikten är inte att alla ska behöva läsa all text och alla tabeller. För många är det tillräckligt att använda redovisningen som ett slags uppslagsverk över det gångna SVT-året. För en översiktlig orientering i materialet hänvisar vi till innehållsförteckningen på föregående uppslag.

## 2 Public service-redovisningen för Sveriges Television

Sveriges Riksdag beslutar inför varje tillståndsperiod om riktlinjer för public service-uppdraget för Sveriges Television AB (SVT), Sveriges Radio AB (SR) och Sveriges Utbildningsradio AB (UR). I respektive bolags uppdrag ingår sedan 1998 även att i årliga rapporter redovisa hur public service-uppdraget har uppfyllts. Redovisningarna ska utgå från riksdagens riktlinjer genom det av regeringen utfärdade sändningstillståndet samt de årliga anslagsvillkoren.

Syftet med redovisningen är att ge ett strukturerat underlag för statsmakernas beslut om framtida riktlinjer och för den fortlöpande allmänna debatten om public service-verksamheten. Förutom att redovisningen brukas som allmän referensskälla används den även i SVT:s kommunikation med publiken och olika intressegrupper.

SVT:s public service-redovisningar inges till regeringen och till Granskningsnämnden för radio och television. Nämnden bedömer om redovisningarna ger tillräcklig information för att regeringen och allmänheten ska kunna bedöma hur public service-uppdraget har fullgjorts.

Inför den nuvarande tillståndsperioden konstaterade regeringen år 2001 att public service-redovisningarna har ett stort informationsvärde och att de visar att ett stort arbete lagts ned för att ta fram materialet. Regeringen ansåg emellertid samtidigt att ett viktigt syfte med redovisningarna inte hade uppnåtts i tillräcklig utsträckning, nämligen att ge ett lättillgängligt underlag för en mer levande offentlig debatt om public service-företagens programverksamhet och hur TV-avgiftsmedlen används. Regeringens uttalande var allmänt och ej riktat mot något enskilt bolag (prop. 2000/01:94 s. 57).

Det är naturligt att mängden uppgifter blir avsevärd i en rapport som tar sikte på att beskriva SVT:s omfattande utbud. Samtidigt är det viktigt att framställningen är tillgänglig för läsaren. Mot denna bakgrund har SVT fr.o.m. rapporten för 2002 förenklat redovisningens struktur, särskilt beskrivningen av programutbudet i tydliga programkategorier. I likhet med tidigare år tar även den nya redovisningsmodellen sikte på förändringar i SVT:s verksamhet över tid. I första hand sker jämförelse med 2005 och 2001 (basår) men även andra år förekommer.

De uppgifter som lämnas om utbudets sammansättning bygger på SVT:s egen programstatistik och de avgränsningar och definitioner som där tillämpas. Program för barn och ungdom, minoriteter och funktionshindrade redovisas under respektive programområde och i särskilda uppföljningsavsnitt. En utförlig programtitelkatalog enligt de använda programkategorierna redovisas i bilaga 2.

Redovisningen syftar till att ge svar på främst följande huvudfrågor:

- Hur ser utbudet som helhet ut vad gäller programbredd och mångfald i olika programkategorier, sammansättning över dygnet, veckan och året, inriktning och utformning med hänsyn till olika gruppers behov m.m.?
- Hur tillgodoses olika intentioner med programverksamheten utifrån publikens intressen och behov?
- Hur utnyttjar publiken det samlade utbudet och hur värderar den olika delar av det?
- Hur använder SVT tillgängliga ekonomiska resurser?

Sifferuppgifter redovisas som indikatorer på hur verksamheten genomförs. Flertalet av dessa uppgifter har tagits fram ur den interna utbudsstatistiken, produktions-redovisningen samt den produktionsrelaterade ekonomiska redovisningen.

Under 2006 införde SVT ett nytt lager- och programplaneringssystem med ett nytt sätt att koda programinformation. Systemet ger möjlighet till större detaljskärpa i statistiska analyser men innebär i övergångsskedet minskad jämförbarhet bakåt i tiden (se avsnitt 6.0).

Beskrivningen av publikens utnyttjande av utbudet bygger på uppgifter från de publikmätningar som kontinuerligt görs av Mediamätning i Skandinavien AB (MMS). Uppgifterna kompletteras med resultat av olika kvalitativa mätningar som görs i syfte att få en bild av publikens värdering av olika TV-kanaler, TV-program och programområden.

Liksom föregående år har SVT:s revisorer granskat redovisningen, i första hand hur uppgifter för redovisning har samlats in. Syftet är att kunna verifiera giltigheten (validiteten) i lämnade sifferuppgifter. Resultatet av revisorernas granskning bifogas i bilaga 5.

### 3 Tillståndsvillkoren och public service-redovisningen

Som framgått ska redovisningen utgå från det public serviceuppdrag som riksdagen har bestämt och de villkor som regeringen som en följd av detta utfärdat i sändningstillståndet samt i anslagsvillkoren för aktuellt år. Nedan beskrivs de olika villkoren samt i högra kolumnen de avsnittsnummer och tabellnummer som i första hand redovisar utfallet 2006.

<i>Villkor i SVT:s sändningstillstånd (ST) och/eller anslagsvillkor (AV)</i>	<i>Avsnitt och tabeller i redovisningen</i>
<p>Verksamheten ska bedrivas självständigt i förhållande till såväl staten som olika ekonomiska, politiska och andra intressen och maktsfärer i samhället (ST, Inledning).</p> <p>Sändningsrätten ska utövas opartiskt och sakligt samt med beaktande av att en vidsträckt yttrandefrihet och informationsfrihet ska råda i televisionen (6§).</p> <p>Den enskildes privatliv ska respekteras i programverksamheten om inte ett oavvisligt allmänt intresse kräver annat (7§).</p> <p>SVT ska ta hänsyn till televisionens särskilda genomslagskraft när det gäller programmens ämnen och utformning samt tiden för sändning av programmen (13§).</p> <p>SVT ska iaktta försiktighet med våldsskildringar (13§).</p>	<p><b>19</b></p> <p><b>20</b></p>
<p>SVT ska erbjuda ett mångsidigt programutbud som kännetecknas av hög kvalitet i alla programgenrer (8§).</p> <p>Programmen ska utformas så att de genom tillgänglighet och mångsidighet tillgodoser skiftande förutsättningar och intressen hos landets befolkning (8§).</p> <p>SVT ska beakta programverksamhetens betydelse för den fria åsiktsbildningen och utrymme ska ges åt en mångfald av åsikter och meningsriktningar. SVT ska i skälig omfattning tillgodose olika intressen i fråga om bl.a. religion, kultur och vetenskap (8§).</p>	<p><b>6</b></p> <p><b>12.1</b></p> <p><b>16</b></p> <p><b>22</b></p>
Programutbudet ska spegla förhållanden i hela landet (8§).	<b>12</b>
Programutbudet ska som helhet präglas av folkbildningsambitioner (8§).	<b>10</b>
SVT har ett särskilt ansvar för det svenska språket och dess ställning i samhället. SVT ska tillhandahålla ett mångsidigt utbud av program av hög kvalitet på svenska språket och tillvarata den svenska kulturen i dess vidaste bemärkelse. Språkvårdsfrågor ska beaktas i programverksamheten (9§).	<p><b>6</b></p> <p><b>12.1</b></p> <p><b>15</b></p>

Nyhetsverksamheten ska bedrivas så att en mångfald i nyhetsurval, analyser och kommentarer kommer till uttryck i olika program (10§).	<b>6.1</b>
SVT ska meddela nyheter, stimulera till debatt, kommentera och belysa händelser och skeenden och därvid ge den allsidiga information som medborgarna behöver för att vara orienterade och ta ställning i samhälls- och kulturfrågor (10§).	<b>6.2</b> <b>11</b> <b>12</b> <b>13</b>
SVT ska granska myndigheter, organisationer och företag som har inflytande på beslut som rör medborgarna samt spegla verksamheten inom sådana organ och inom andra maktsfärer (10§).	
SVT ska sända regionala nyhetsprogram (10§).	
Nyhetsförmedling och samhällsbevakning ska ha olika perspektiv, så att händelser speglas utifrån olika geografiska, sociala och andra utgångspunkter (10§).	
SVT ska i sin roll som kulturbärare fortsatt vidga och fördjupa sitt kulturansvar (11§).	<b>6</b>
SVT ska verka för debatt kring viktigare kulturfrågor, bevaka och granska händelser och utveckling på kulturlivets olika områden och i samverkan med det övriga kulturlivet stimulera och förmedla olika kulturaktiviteter (11§).	<b>12.2</b> <b>13</b>
De program som produceras utanför Stockholm bör både spegla respektive områdes särprägel och egenart och på ett mer allmänt sätt bidra till mångfalden i programverksamheten (16§).	
SVT ska tillvarata och utveckla televisionens särskilda förutsättningar att ge upplevelser och stimulera fantasin och därigenom ge möjligheter till inlevelse, engagemang och förströelse (11§).	
Nyskapande programinnehåll ska främjas, i såväl inköp som i SVT:s egen skapande verksamhet (11§).	
Det utländska programutbudet ska spegla olika kulturkretsar och i större omfattning än hittills innehålla program från olika delar av världen. Program om och från de nordiska grannländerna ska sändas i syfte att stärka den nordiska kulturgemenskapen (11§).	
SVT ska tillhandahålla ett mångsidigt utbud som speglar Sveriges olika kulturer (11§).	<b>12.3</b>
SVT ska samarbeta med kulturinstitutioner och fria kulturproducenter i hela Sverige i syfte att erbjuda utsändningar av föreställningar, konserter och andra kulturhändelser. Det årliga antalet utsändningar av föreställningar, konserter och andra kulturhändelser ska under tillståndspanoden öka jämfört med år 2001 (11§).	<b>12.2</b>
SVT ska bidra till utvecklingen av svensk filmproduktion (11§).	<b>12.2</b>
SVT ska ägna ökad uppmärksamhet åt program för och med barn och ungdomar samt i dessa program förmedla kulturella och konstnärliga upplevelser samt nyheter och information. SVT ska ta särskild hänsyn till de språkliga behoven hos barn som tillhör språkliga eller etniska minoritetsgrupper (12§).	<b>7</b>
SVT ska beakta språkliga och etniska minoriteters intressen. SVT:s insatser på detta område ska öka under tillståndspanoden jämfört med år 2001. Minoritetsspråken samiska, finska, meänkieli och romani chib ska inta en särställning (15§).	<b>8</b>
SVTs resurser till programverksamhet för språkliga och etniska minoriteter skall hållas på minst samma nivå 2006 som 2005. (AV p.10)	



<p>SVT ska beakta funktionshindrades behov. Program ska även produceras för speciella målgrupper. SVT:s insatser för att göra programmen tillgängliga för funktionshindrade ska öka under tillståndsperioden jämfört med år 2001. Minst 50 procent av sändningstiden för förstagångssändningar med svenskt ursprung bör vara textad vid utgången av tillståndsperioden. Ett mål ska vara att uppläst textremsa kan erbjudas under tillståndsperioden (14§).</p> <p>Inriktningen på programverksamheten för döva ska vara att sända främst nyheter, information och kulturprogram på teckenspråk. Barn och ungdomar ska särskilt prioriteras (14§).</p>	<b>9</b>
<p>Omfattningen av utomståendes medverkan och frilansmedverkan av olika slag i programproduktionen ska fortsatt hållas på en hög och jämn nivå (16§).</p> <p>SVT ska under tillståndsperioden inte prioritera ytterligare utläggningar av produktioner. Omfattningen av utläggningar ska under tillståndsperioden uppgå till högst 2001 års nivå (16§).</p>	<b>17</b>
<p>SVT ska ha en decentraliserad organisation med en sådan uppbyggnad att goda förutsättningar skapas för mångfald och självständigt beslutsfattande även på regional nivå och att förhållanden i olika delar av landet kan speglas och representeras i programutbudet (AV p.12).</p>	<b>4</b> <b>12</b>
<p>Distriktsproduktionens andel av allmänproduktionen ska under tillståndsperioden vara minst 55 procent (AV p.13).</p>	<b>17</b>
<p>SVT ska tillhandahålla ett mångsidigt utbud av program av hög kvalitet (8§).</p> <p>TV-programmen och text-TV ska sändas till hela landet (1§ o. AV p.6).</p> <p>Den tekniska kvaliteten på sändningarna ska vara hög. Sändningarna ska ske med så god säkerhet att eventuella sändningsavbrott blir så korta som möjligt. Verksamheten ska utformas så att den inte understiger de kvalitets- och säkerhetsnivåer som sammantaget rådde för programproduktion och utsändning under år 2001 (4§).</p>	<b>15</b>
<p>SVT ska kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det. SVT ska se till att meddelandet ges en lämplig utformning och att det inte genom sin omfattning eller på annat sätt inverkar menligt på programverksamheten (17§).</p>	<b>18</b>
<p>Sveriges Television ska inom tillgängliga ekonomiska ramar göra de prioriteringar som krävs för att uppfylla uppdraget. Verksamheten ska inom ramen för uppdraget bedrivas rationellt och syfta till ökad effektivitet och förbättrad produktivitet (AV p.1).</p> <p>SVT ska redovisa och kommentera hur resultaten har utvecklats med avseende på bl.a. volym, kostnader och intäkter samt nyckeltal som visar effektivitet och produktivitet (AV p.20).</p> <p>Sidoverksamheter till SVT:s sändningsverksamhet ska bära sina kostnader och i övrigt bedrivas på ett konkurrensneutralt sätt. Sidoverksamheter ska redovisas som egna resultatområden (AV p.3).</p>	<b>24</b>
<p>Programstatistiken ska göra jämförelser möjliga över tid samt uttrycka olika programkategoriers andel av sändningstiden, när olika programtyper sänds, resursförbrukningen för respektive kategori, samt omfattningen av tittande och publikens reaktioner (AV p.20).</p>	<b>6</b> <b>22</b> <b>24</b>
<p>SVT ska redovisa planer för kommande år (AV p.20).</p>	<b>25</b>

## 4 Sveriges Television AB

### 4.1 SVT:s organisation

Sedan 1994 ägs Sveriges Television AB (SVT) av Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Radio AB, Sveriges Television AB och Sveriges Utbildningsradio AB. Stiftelsens syfte är att främja programbolagens oberoende. Förvaltningsstiftelsens elva ledamöter utses av regeringen efter förslag från riksdagens partier. Riksdagen har slagit fast att politisk enighet är viktig vid val av ledamöterna. Dessa förutsätts normalt vara eniga vid sina beslut.

Av SVT:s styrelse utses fem ordinarie ledamöter samt en suppleant av stiftelsestyrelsen, ordförande och en suppleant av regeringen, samt två ordinarie och två suppleanter av de fackliga organisationerna. SVT:s styrelse utser företagets verkställande direktör som även är ledamot i styrelsen.

SVT:s styrelse utsåg även, fr o m år 2000, företagets programdirektör, tillika vice verkställande direktör. Enligt styrelsens arbetsordning t o m januari 2007, skulle programdirektören vara ständigt adjungerad till styrelsens sammanträden. Programdirektören hade förslagsrätt och deltog i styrelsens arbete på samma villkor som styrelsens ledamöter men hade ej rösträtt.

Under nämnda period leddes företaget av verkställande direktören (VD) och programdirektören (PD). VD och PD verkade inom ramen för en av styrelsen fastställd gemensam funktion, verkställande ledningen (VL), för beslut i frågor av strategisk innebörd, styrning av företagets verksamhet samt ekonomiska ramar för program och programutbud.

Programverksamheten i företaget bedrevs genom uppdragsstyrning i en organisation med produktionsenheter som operativ bas. Alla enheter hade resultatansvar.

SVT:s utbud av program och tjänster beslutades av PD enligt en löpande flerårsplan. Programuppdragen för respektive enhet bestämdes i årliga uppdrag från programdirektören. Planeringschefen och sex genrechefer ansvarade för programuppdragsstyrning, uppdragskontrakt och kvalitetsuppföljning inom de olika programgenrerna: Barn/Ungdom, Drama/Långfilm, Kultur/Livsåskådning, Nyheter/Samhälle, Fakta/Fritid samt Nöje/Sport.

#### ***Programenheter***

Den operativa programverksamheten bedrevs 2006 inom följande enheter: SVT Syd, SVT Väst, SVT Mellansverige, SVT Nord, SVT Nyheter och Samhälle, SVT Sport samt SVT Fiktion, de tre senare i Stockholm. Inom enheten SVTi finns SVT:s internetportal, mobila tjänster, podd-tv och Öppet arkiv.

Cheferna för programenheterna rapporterade till VD. De hade ett samlat resultat-, verksamhets- och personalansvar. Inom respektive enhet fanns programchefer med ansvar för att leda, organisera och utveckla programverksamhet och tjänster inom enheten. Enheten SVT Planering svarade för utbudsplanering och tablåläggning i SVT1, SVT2, SVT24, Barnkanalen, Kunskapskanalen samt SVT Europa. SVT Teknik handhade bl.a. teknik-, it- och produktionsutveckling samt investeringsfrågor.

#### ***Ledningsenheter***

Företagets ledningsenheter till stöd för verksamheten leddes av chefer som rapporterade till VD/PD och svarade bland annat för arbetet med direktiv och riktlinjer samt uppföljning, kompetens- och kvalitetsutveckling inom respektive område.

### *Verksamhetsformer*

Produktion, anskaffning/förvärv och sändning av televisionsprogram och Text-TV är SVT:s kärnverksamhet som ska finansieras med tv-avgiftsmedel. Kompletterande verksamhet bedrivs i andra medier för att stärka kärnverksamheten, exempelvis genom att publiken ges möjlighet att ta del av redan sända program och allmän programinformation eller att fortsätta diskussioner som har inletts i programmen. Även den kompletterande verksamheten finansieras med tv-avgiftsmedel. De programregler som gäller för kärnverksamheten tillämpas också för den kompletterande verksamheten. Sidoverksamheter, som t ex viss försäljning, får inte finansieras med tv-avgiftsmedel. Den publicistiska verksamheten får inte bedrivas som sidoverksamhet.

## **4.2 Konkurrens**

SVT verkar på en växande svensk tv-marknad som i sin tur är en del av en starkt expanderande global audiovisuell marknad. Konsumenterna får tillgång till allt fler tv-kanaler och har dessutom många möjligheter att på eget initiativ ta hem tv-program, film och annat audiovisuellt material.

Antalet tv-kanaler som i huvudsak eller enkom riktar sig till en svensk publik har under tillståndsperioden ökat från ett dussin till det dubbla, drygt, och ytterligare ett fyrtiotal kanaler hade mätbar publik under 2006. Drygt 120 tv-kanaler hade under 2006 lämnat något spår i MMS-mätningarna. Antalet tv-kanaler som via satellit, bredband och kabel kan tas emot i landet torde inte längre kunna fastställas, och det växande tv-utbudet på Internet väntas i en nära framtid få ett starkt tillskott när tv-motsvarigheten till Skype under varumärket Joost lanseras kommersiellt.

Redan idag finns det gott om innehåll tillgängligt på bredbandiga nät, och en ökande andel därav härstammar från nätanvändarna själva. Särskilt den yngre delen av publiken har börjat komplettera sitt tv-tittande med innehåll de själva valt ut på webben. En sjättedel av svenskarna i 15-74 års ålder hade under det sista kvartalet 2006 tittat på webb-tv, de flesta på program från SVT<sup>1</sup>.

Året 2006 kan betecknas som en vändpunkt i vår tv-historia: svenskarna tittade för första gången på de många små kanalerna sammantaget mer (23,3 procent av tiden) än på någon av de fem stora. Ökningen var språngartad, 5 procentenheter mer än året innan. För första gången minskade tittandet på de fem stora kanalerna medan både de fem största småkanalerna och den långa svansen av hundratals småkanaler ökade sin andel av tittartiden. Tendensen är den samma på alla digitaliserade tv-marknader. De små kanalernas andel av briterernas tv-tittande 2006 har ökat till 33 procent, medan den populäraste storkanalens andel sjunkit till strax över 20 procent. Fenomenet hör ihop med digitaliseringens första fas: utbudsexplotionen.

Alla de stora mediehusen (SVT, TV4, MTG, SBS) har positionerat sig för denna utveckling genom att utöver sin huvudkanal lansera både en andra fullservicekanal (SVT2, TV4+, TV6, One/TV9) och ett antal temakanaler samt på-begäran-tjänster. För de kommersiellt finansierade kanalerna handlar det om att balansera intäktsflödena så att annonsförsäljningen, distributionsavgifterna, försäljning av tjänster, spel och annan interaktiv verksamhet täcker investeringen och minskar sårbarheten. SVT däremot har att inom given – krympande - intäktsram avväga kostnaderna för alla tjänsterna – nya så väl som gamla - mot de värden tjänsterna har för licensbetalarna (avsnitt 24.2).

<sup>1</sup> MEDIAVISIONS TV-TRACKNING 2006/Q4.

Regeringen beslutade i februari om sändningstillstånd för sju nya kanaler, varav fyra i det avgiftsfria utbudet och tre som betalkanaler. Vid utgången av 2006 bestod det avgiftsfria utbudet i det digitala marknätet av fem SVT-kanaler och fem kommersiellt finansierade kanaler<sup>2</sup>. Därutöver erbjuds 27 kanaler mot abonnemang<sup>3</sup>.

I början av SVTs nuvarande tillståndsperiod (slutet av 2001) levde 31 procent av befolkningen i fåkanalshushåll med enbart tillgång till SVT1, SVT2 och TV4. I slutet av 2006 hade denna andel minskat till 8 procent, medan 92 procent via kabel, satellit eller digitalt marknät hade tillgång till flera kanaler (tabell 4a). 1,8 miljoner hushåll bodde då i områden med endast digitala sändare i marknätet.<sup>4</sup> När det analoga marknätet släcks till början av 2008 försvinner de sista fåkanalshushållen från den svenska tv-kartan.

Fler hushåll har under 2006 fått tillgång till ett ökat antal kanaler. Tio kanaler har en penetration på minst 70 procent av hushållen och ytterligare tre på minst 60 procent av hushållen. De största penetrationsökningarna under året noteras för SVTs och TV4s temakanaler (tabell 4.2).

Digital-tv i Sverige är huvudsakligen lika med betal-tv: 89 procent av de som i slutet av 2006 hade tillgång till digital-tv abonnerade på utbudet, och ytterligare 5 procent hade både abonnemang och digital fri-tv<sup>5</sup>. Under 2006 var kundtillströmningen starkast i det digitala marknätet, där Boxer<sup>6</sup> noterade en abonnemangsökning på 23 procent från 531 000 i december 2005 till 654 000 i december 2006. Canal Digital<sup>7</sup> och Viasats<sup>8</sup> kundbaser i Sverige uppskattas i slutet av året till drygt 700 000. Även kabel-tv-kunder har börjat nappa på digitala erbjudanden. Av Com hems<sup>9</sup> 1,75 miljoner abonnenter var 317 000 digitala i slutet av 2006. Härutöver uppskattas ca 150 000 hushåll vid utgången av 2006 ha en digitalmottagare utan abonnemang<sup>10</sup>.

Trots att fler abonnerar på tv-tjänster fortsätter antalet betalda tv-avgifter att öka; ökningen år 2006 var 9 000 hushåll till 3 411 000 hushåll (tabell 4l och 4 m).

Det totala TV-tittandet i Sverige ökade under 2006 med 8 minuter till 154 minuter per dygn (tabell 4c). Tittandet på SVT:s kanaler ökade med en minut till 59 minuter, vilket innebär att SVTs andel av allt tv-tittande minskade från 40 till 38 procent. Sedan slutet av år 2001 har den andel av befolkningen som en genomsnittlig dag tittar på tv successivt minskat från 74 procent till 71 procent. De, som år 2001 tittade på någon av SVT:s kanaler, utgjorde 58 procent av befolkningen, medan denna andel år 2006 var 53

<sup>2</sup> I hela landet sänds Aftonbladet TV 7, Axess TV, The Voice, TV4, TV6. Lokala kanaler sänds i Stockholm, Göteborg, Skåne, Östergötaland och på Gotland.

<sup>3</sup> TV 4 Plus, TV 4 Fakta, TV 4 Film, TV 400, Kanal 5, One, TV 3, ZTV, TV 8, Canal Plus (3 kanaler), Canal 7, Eurosport, MTV, Nickelodeon, Vh-1, Star!, Silver, Animal Planet, Discovery Channel, Discovery Travel & Living, BBC World, BBC Prime, Disney Channel, TCM och CNN

<sup>4</sup> Under våren 2006 avstängdes de analoga sändarna i hela Östergötaland och södra Sörmland samt områden kring Örebro, Västerås och Uppsala. I november släcktes de analoga sändarna i Småland, Halland, och stora delar av Västra Götaland.

<sup>5</sup> Gäller befolkningen i åldrarna 15-74 år. MEDIAVISIONS TV-TRACKNING 2006/Q4

<sup>6</sup> Boxer TV-Access AB bedriver betal-tv-verksamhet i det digitala marknätet. Bolaget ägs av Teracom (70 procent) och riskkapitalbolaget 3i (30 procent).

<sup>7</sup> Canal Digital bedriver betal-tv-verksamhet över satellit och i kabelnät. Bolaget ägs av norska Telenor.

<sup>8</sup> Viasat Broadcasting bedriver bl.a. betal-tv-verksamhet över satellit. Verksamheten ingår i Modern Times Group MTG AB.

<sup>9</sup> Com hem, f.d. Telia Kabel-TV, bedriver bl.a. betal-tv-verksamhet i kabelnät. Bolaget ägs av investmentbolagen Permira och KKR.

<sup>10</sup> MEDIAVISIONS TV-TRACKNING 2006/Q4

procent (tabell 4b). Under tillståndsperioden har SVT-utbudet i rikssändning ökat från 9 083 timmar år 2001 till 21 988 timmar år 2006 (tabell 4e).

Betal-TV i Sverige omsätter numera större summor än såväl reklam- som avgiftsfinansierad TV. Någon statistik på området finns inte, men abonnemangavgifterna uppskattas ha passerat sex miljarder kronor, varav närmare tre miljarder beräknas år 2006 ha gått till kanalerna<sup>11</sup>. Under 2006 ökade även omsättningen i tv-reklamen kraftigt, med nästan tio procent till 4,5 miljarder kronor<sup>12</sup>. Som jämförelse kan nämnas att SVT detta år fick 4 miljarder kronor i avgiftsmedel varav 0,46 miljarder i form av lån till ökade distributionskostnader (tabell 24.2).

Den andra vågen av digitaliseringen innebär att utsänd television blir en minskande del av den audiovisuella marknaden, där innehåll distribueras på många olika sätt. Utsändningarna kommer för visso att fylla viktiga funktioner även i framtiden, men för konsumenterna blir de bara ett av flera alternativ. Via olika elektroniska nätverk ligger tv-program, programarkiv, långfilm, hemmavideor, spel, musik och mycket annat blott en musklick borta. Med tilltagande mängd rörliga bilder växer webben som reklammedium och beräknas inom några få år omsätta mer i reklampengar än traditionell utsänd tv. Andelen betaltjänster på internet ökar. Public service även bortom utsändning är ett allt mer angeläget uppdrag för SVT.

### 4.3 Produktion

År 2006 kunde en vanlig TV-tittare välja bland närmare 22 200 timmar riks- eller regionalt distribuerade program från SVT. På tio år har utbudet ökat med ca 13 400 timmar (tabell 4 e). Utbudet i huvudkanalerna SVT1 och SVT2 har under samma period ökat från 8 700 till 12 100 timmar (tabell 4 f). Ökningen beskriver förändringen för en tittare i respektive sändningsområde för regionala nyhetsprogram, d.v.s. ur tv-publikens perspektiv.

Det största tillskottet till den totala sändningstiden utgörs av utbudet i temakanalerna som inte fanns för tio år sedan, drygt 10 000 timmar (tabell 5). En stor del av den övriga ökningen förklaras med att SVT ökat repriseringen för att på så sätt erbjuda publiken flera alternativ att ta del av respektive program. År 2006 ökade repriseringen återigen (tabell 4 g och 4 j).

Produktionen i form av egenproduktion, produktionsutläggningar och samproduktioner minskade för rikssändningarna men ökade för de regionala sändningarna (tabell 4 h). Även de förvärvade programmen (främst utländska) minskade (tabell 4 i). Produktionen av riksnyheter minskade för fjärde året – denna gång till stor del som en följd av förändrad kodning (se avsnitt 6.0) medan regionala nyheterna ökade (tabell 4 k).

<sup>11</sup> Resten delas mellan staten och operatörerna. Baseras på operatörernas uppgifter om försäljning och antalet abonnemang 2006 och på Mediavision: Nisch-tv 2006.

<sup>12</sup> IRM. Q-rapport 19 feb 2007. Mediemarknaden fjärde kvartalet och helår 2006.

## 5 Programkanaler och tjänster

*SVT skall samtidigt sända två TV-program till hela landet. Minst 99.8 procent av den fast bofasta befolkningen skall kunna ta emot sändningarna (sändningstillståndet 1 §).*

*SVT skall i det digitala marknätet dels sända SVT1 och SVT2, dels två ytterligare programtjänster som skiljer sig såväl från varandra som från SVT1 och SVT2 med avseende på innehåll eller sändningstider (digitala sändningstillståndet 1 och 4 §§).*

Kärnan i SVT:s utbud utgörs av huvudkanalerna SVT1 och SVT2. Kring dessa finns ett tilläggsutbud med temakanaler, text-tv, webb med mobila tjänster samt en utlandskanal.

SVT1 ska vara den mest angelägna kanalen för hela svenska folket, en nationell arena. SVT2 ska vara en av landets tre stora kanaler med många experimentella program. Utbudet i huvudkanalerna kompletteras med temakanalerna: service-, nyhets- och sportkanalen SVT24 (med 24 Direkt), Barnkanalen och Kunskapskanalen. Det totala TV-utbudet kompletteras genom tjänsterna SVT Text och svt.se med podd-tv och mobila tjänster samt utlandskanalen SVT Europa.

Det strategiska målet är att med ett starkt programutbud behålla och stärka SVT:s ställning som hela svenska folkets public service-företag. Under perioden 2002-2005 var SVT1 landets största tv-kanal mätt i såväl räckvidd som tittartid. Under 2006 fick SVT1, uttryckt i tittartidsandelar, se sig passerad av TV4 med några tiondels procent. Mätt som räckvidd behöll dock SVT1 sin ställning som den största kanalen, dvs den kanal som flest i befolkningen hade tittat minst 5 minuter på en genomsnittlig dag. Av de 100 mest sedda enskilda programmen år 2006 sändes hela 86 i SVT:s kanaler<sup>13</sup>.

Under 2006 har SVT haft en total sändningsvolym på 24 758 timmar (inklusive parallellsändning och *text-tv in vision*) i rikssändning och 2 218 timmar i regional sändning. Dessa sändningar fördelar sig på huvudkanalerna SVT1 och SVT2 samt på temakanalerna Barnkanalen, Kunskapskanalen och SVT24. Uppgifter om sändningarna av program i huvudkanalerna grundar sig på exakta uppgifter från de programrapporter som upprättas i SVT:s programkontroller då programmen sänds.

Från och med denna redovisning lämnar SVT helt försöken att volymbestämma trailer, hallå och alla andra element som förekommer mellan programmen och mäter endast den service som utgörs av rena kortprogram (i regel kortare än 2,5 minut). Skälet härtill är att det som tidigare endast var en ”av-/påannons” för olika programnumera är tid med egen tablå och med många olika element som bygger upp de minuter som utgör skarven. Detta har blivit ett problem i statistikutbytet inom EBU, och många länder lämnar inte längre uppgifter om skarvelement överhuvudtaget.

För våra temakanaler grundar sig statistiken över sänd tid på publicerade tablåer. För dessa kanaler finns ännu inte exakta programrapporter (tabell 5).

Den helt dominerande sändningstiden består av enskilda tv-program. Nattetid och delvis under helger har SVT dock tablålagt *text-tv in vision* i SVT24, d.v.s. text-tv som sänts med rullande sidor i ordinarie tv-utsändning och kunnat tas emot även av mottagare utan text-tv-funktion. Totalt har detta omfattat 2 771 timmar av all registrerad sänd tid, alltså förhållandevis mycket (tabell 5). Denna tid räknas inte som utbud i den följande

<sup>13</sup> MMS Hot Collection

sammanställningen men kommer att införas i sammanhang då uppgifterna kan vara relevanta. Under perioden 2002-2004 förekom även *text-tv in vision* i huvudkanalerna men så har inte varit fallet vare sig 2005 eller 2006. I tabell 4h har en översyn gjorts detta år så att parallellsändningar av text-tv-in-vision för åren 2002-2004 rensats bort ur den angivna producerade tiden. Detta ökar jämförbarheten mellan åren. SVT24 har även parallellsänds i huvudkanalerna under perioden 1999-2001, men en ombearbetning av data för dessa år har inte låtit sig göras (tabell 4h).

Under 2006 har det också, liksom under 2005, förekommit en förhållandevis omfattande volym parallellsändning, dvs. tid för program som sänds samtidigt i en temakanal och en huvudkanal. Undantagsvis har också parallellsändning förekommit i två temakanaler. Denna tid kommer i det följande att räknas in i sändningstiden för den kanal som är huvudsändande. Det betyder t ex att *Gomorrön Sverige* i det följande endast räknas med i huvudkanalernas utbud trots att programmet parallellsänds i SVT24. Det betyder också att *24 Direkt* endast räknas som sänd tid för temakanalerna även om det parallellsänds också i någon av huvudkanalerna, oftast SVT2.

SVT tillskrev Kulturutskottet den 28 februari 2005 angående den planerade stora volymen av parallellsändning från SVT24 i huvudkanalerna. I sitt betänkande, 2004/05:KrU8, gjorde utskottet följande uttalande:

Det totala utbudet av program med svenskt ursprung som sändes 2004 uppgick till 3 780 timmar, varav 1 497 timmar eller 40 % textades. Omfattningen av parallellsändningarna beräknas 2005 uppgå till 2 000 timmar, vilket innebär en kraftig ökning av SVT:s svenskspråkiga utbud. Utskottet har mot denna bakgrund förståelse för att SVT anser att denna tillkommande del av programutbudet inte ska ingå i underlaget när andelen textade programtimmar ska beräknas. Det kan tilläggas att denna extratjänst som tittarna nu fått tillgång till inte var aktuell när riksdagen våren 2001 tog ställning till kravet på 50 % textning.

Mot bakgrund av detta uttalande redovisar SVT volymen parallellsändning i tabell 5 men inte i dess undertabeller.

Under veckoslut har vidare förekommit repressändningar av veckans utbud inom ramen för temakanalen SVT24. Dessa sändningar har inte presenterats i tablån och någon efterrapportering har inte heller förekommit. Eftersom denna tid tablågts som *text-tv in vision* har den också räknats som sådan trots att det alltså har förekommit ett okänt antal timmar repressändning inom ramen för veckoslutens utbud i SVT24.

Temakanalerna har under 2006 inte innehållit några regionala nyheter. Däremot har de i SVT2 regionalt sända samhällsmagasinen *Reagera* repriserats en gång i SVT24. Det sista *Reagera* som sändes före valdagen parallellsändes också i SVT24. I tabell 5 synliggörs ovanstående speciella sändningsbetingelser. I övriga tabeller visas ingen *text-tv in vision* eller parallellsändning (tabell 5).

## 5.1 Rikssänt utbud i SVT1 och SVT2

Under 2006 sände Sveriges Televisions huvudkanaler sammanlagt 9 019 timmar i rikssändning. Sändningstiden fördelas på förstasändningar och repris. SVT:s rikssända utbud i SVT1 och SVT2 omfattade 2005 totalt 9 044 timmar, dvs. obetydligt mer än 2006. Under referensåret 2001 var det rikstäckande utbudet i de båda huvudkanalerna totalt 9 083 timmar (tabell 5).

Förstasändningarna i huvudkanalerna omfattade under 2006 totalt 4 953 timmar och under 2005 totalt 5 132 timmar. Det betyder att tiden för förstasändningarna i huvudkanalerna minskat med 179 timmar sedan 2005. Jämfört med referensåret 2001 är

minskningen något större, 546 timmar (tabell 5.1 a). Huvudförklaringen till den stora minskningen sedan 2001 är att samsändning med SVT24 tidigare räknades med i huvudkanalernas sändningstid.

Antalet repriser i huvudkanalerna fortsätter däremot att öka. Mellan 2004 och 2005 tillkom 124 timmar repriser i rikssändning och 2006 sändes ytterligare 153 reprinttimmar, vilket ger en volym på 4 066 timmar. Sedan 2001 har repriserna ökat med sammanlagt 482 timmar (tabell 5.1 a). Efter några år med en ökning av antalet återutsända äldre program består den största delen nu av servicerepriser inom 30 dagar från huvudsändning. I praktiken servicerepriseras många avsnitt i programserier inom loppet av sju dagar före nästa förstasända avsnitt. Återbruket av äldre program i huvudkanalernas tablåer låg 2005 kraftigt under nivån 2004 (-110 timmar) och något under nivån från referensåret 2001. År 2006 har dock återutsändning av äldre program ökat bl.a. till följd av att SVT firat sitt 50-årsjubileum detta år (tabell 5.1 b).

Redovisningen av det rikssända programutbudet i SVT1 och SVT2 fortsätter i avsnitt 6.

## 5.2 Regionalt utbud i SVT2

*SVT skall sända regionala nyhetsprogram i minst samma omfattning som under verksamhetsåret 2001 (sändningstillståndet 10 §).*

Det regionala utbudet i SVT producerades år 2006 vid 30 redaktioner från Kiruna i norr till Malmö i söder, fördelade på 11 huvudredaktioner och 19 lokalredaktioner. I december 2005 etablerades en artonde lokalredaktion i Sälen. Under 2006 har lokalredaktionen i Storuman flyttats till Vilhelmina. SVT:s regionala sändningar bestod liksom tidigare år huvudsakligen av nyhetssändningar. För tredje året sändes 2006 en regional nyhetssammanfattning med såväl regionala som nationella och internationella nyheter i en unik mix för varje enskild region. Denna nyhetssammanfattning sändes 22.00 varje vardag året runt. I slutet av den sena regionala nyhetsupplagan sändes också en regional väderprognos med utblickar såväl nationellt som internationellt.

Följande tablåtider har gällt för de renodlat regionala nyhetsprogrammen: vardagar kl. 17.55 (5 min), 19.10 (20 min) och 22.15 (10 min). Söndagar sändes de regionala nyheterna kl. 17.55 (5 min) och 21.15 (5 min). I vissa nyhetsområden förekommer särskilda editioner av nyhetssändningen 17.55 på vardagar som behandlar den lokala nivån mer utförligt.

Under 2006 hade Sveriges Television 2 150 timmar regionala sändningar, vilket ur tittarens perspektiv innebar möjlighet att se 195 timmar program av regionalt ursprung under året. Utbudet bestod huvudsakligen av regionalt producerade och distribuerade nyhetssändningar. Traditionenligt sändes också en *Regional Årskrönika* inom vart och ett av de 11 sändningsområdena och även som servicerepris. Under 2005 inleddes en satsning på regionala samhällsmagasin under huvudtiteln *Reagera* med nyhetsprogrammets namn som underrubrik. Satsningen kulminerade inför valet 2006 och avslutades direkt efter valet med regionala eftervalsanalyser. Totalt sändes *Reagera* regionalt i SVT2 i 8 halvtimmesslånga avsnitt samt direkt före valet i 2 timslånga program. Alla sändningar repriserades en gång senare under veckan (samt ytterligare en gång inom ramen för temakanalen SVT24). Programmen strävade efter en tät interaktiv kontakt med de boende i sändningsområdet och varje program hade också sin egen webbsida inom ramen för en programportal för *Reagera* på svt.se (tabell 5 och 5.2).



Den totala regionala sändningsvolymen har, jämfört med referensåret 2001, ökat med 45 procent eller 669 timmar. Denna ökning består av: införandet av två nya sändningsområden (Värmland och Västerbotten) med samma service som övriga regioner, införandet av treminuterssändningen klockan 22.00, den utökade regionala vädersändningen klockan 22.25 samt det nya samhällsmagasinet *Reagera* (tabell 5.2).

### 5.3 SVT24

SVT24 sände under 2006 totalt 5 932 timmar samt ytterligare 2 771 som *text-tv in vision* (rullande text-tv-sidor som kan tas emot även i mottagare utan text-tv-funktion) samt ej tablålagda repriserna (tabell 5 och 6 c).

Under våren fortsatte kanalen att sända enligt det nya tablåmönstret från september 2005 som innebar att kanalens uppgift vidgades från att vara enbart nyhets- och sportkanal till att också bli en servicekanal för återutsändning av innehåll från SVT1 och SVT2. Med större möjligheter att sända evenemangssport på vardagar kunde dessutom SVT24 lanseras som slutspelskanalen. Från slutet av februari till början av april sändes slutspelsmatcher i handboll, basket, bandy och innebandy varje dag. Dessutom visades kvalserien i ishockey. Sammantaget under hela året sände SVT Sport 809 timmar i SVT24 (tabell 6c).

Det kanalspecifika utbudet bestod i övrigt av kortnyheter från *Rapport* varje timme på dagtid och varje halvtimme på nätterna, *Sportnytt* tre gånger per dag, *Sverige Nu*, *Studio 24* med *Korseld* och *Pressklubben* samt *24 Nöje*, under året omdöpt om till *Nöjesnytt*.

På dagtid på vardagar svarade som tidigare *24 Direkt* för merparten av utbudet. År 2006 sände *24 Direkt* 1 123 timmar från olika samhällsevenemang. Sändningsvolymen var extra stor under den tidiga hösten då *SVT24* under fyra veckor förvandlades till valkanal och *24 Direkt* också fick möjlighet att sända på bästa kvällstid. Under den här tiden handlade alla program i tablån, utom nyhets- och sportsändningarna, om valrörelsen. *Studio 24* koncentrerade sina sändningar på valdebatten Alla valprogram i SVT1 och SVT2 återutsändes i *SVT24*, såväl riksprogram som regionala. Dessutom återutsändes nyhetsprogrammen på minoritets- och teckenspråk som under den här perioden innehöll mycket information om det förestående valet.

Efter valet i september och under hela hösten fortsatte *24 Direkt* och *Studio 24* (med *Pressklubben* och *Korseld*) sin dagliga bevakning av olika samhällsfrågor, *24 Direkt* genom att direktsända från riksdagen och andra församlingar där samhällsfrågor diskuteras, *Studio 24* genom att analysera och kommentera.

*Rapport* utökade sina sändningar på kvällstid vardagar med en kort sändning 22.28, och *A-ekonomi* började sända två kortsändningar varje vardag – 19.58 och 21.58.

Kanalens eget utbud kompletterades under hösten med ännu fler återutsändningar av program från SVT1 och SVT2. I kanalen sändes också många program inom ramen för programutbytet inom Nordvisionen. Tablåmönstret på kvällstid kunde med kort varsel förändras och skapa utrymme för extrasändningar från evenemang som t ex Christer Fuglesangs äventyr i rymden.

Den fortsatta digitaliseringen av marknätet har inneburit att allt fler fått möjlighet att se SVT24. Vid utgången av 2005 uppgav ca 50 procent att de hade tillgång till kanalen. I november 2006 hade den procentsiffran ökat till 71 procent (tabell 4.2). I kombination med effekterna av en förändrad tablå har det inneburit att publiken under året har ökat.

Den genomsnittliga dagliga räckvidden 2005 på 1,5 procent har under 2006 mer än fördubblats: årsgenomsnittet blev 3,3 procent (tabell 22.7).

#### 5.4 Barnkanalen

Barnkanalen sände under 2006 på vardagar mellan 06.30 och 18.00 och lördag/söndag samt sommartid kl. 07.00 till 18.00. Den bokförda sändningstiden på 3 391 timmar var något mindre under 2006 än de båda tidigare åren. År 2005 minskade sändningsvolymen genom att hallåtiden (det s.k. *tv-skeppet*) sänkades. Under 2006 har kanalen haft ett dagligt sändningsuppehåll mitt på dagen i ca 1,5 timme vilket minskat tiden ytterligare (tabell 6 c). Den parallellsändning med SVT1 som, i syfte att erbjuda ett barninslag inom ramen för *Gomorra Sverige*, förekom 2005 avvecklades i mars 2006, men återupptogs under perioden 1-24 december då *Julkalendern* sändes inom ramen för *Gomorra Sverige* på vardagar.

Som en första stor förändring av Barnkanalen, med syfte att höja kvaliteten och tydliggöra utbudet flyttade *Bolibompa* in i kanalen hösten 2005. Steg två i detta arbete var att skapa en liknande kontaktyta för de stora barnen. I februari 2006 lanserades och introducerades en ny ram och varumärket *Bobster* både i SVT1 och i Barnkanalen.

*Bobster* är de stora barnens motsvarighet till *Bolibompa*. Med egna programledare som finns där varje dag, med dialog, med möjlighet för barnen att komma till studion och medverka, med stor möjlighet att som publik på olika sätt interagera. Med en annan ton, ett annat tilltal än *Bolibompa*.

Att introducera *Bobster* både i SVT1 och i Barnkanalen har varit ett viktigt steg i arbetet med att modernisera och förnya barnutbudet och – i den konkurrensutsatta situation SVT befinner sig – bli ännu bättre på att tillgodose olika målgruppers mycket olika behov även inom barnutbudet.

*Bobster* har snabbt etablerat sig som begrepp och som en självklar del i många barns vardag. Inte minst för att konceptet är flermedialt. När *Bobster* inte sänder tv-program, så lever det på webben, och är öppet för olika sorters användargenererat innehåll.

Tidig eftermiddag före *Bobster* sänder Barnkanalen serier som *Angela Anaconda*, *Reportergänget*, *Alex hemliga värld* och *Stallkompisar*. På sen eftermiddag har Barnkanalen i *Bobster* sänt såväl egenproducerade *Combo*, *Lilla Sportspegeln*, *Djursjukhuset*, *Amigo o Rea*, *Vinnarskallar* som inköpta program för skolbarnen: *Tribe*, *En skola full av drömmar*, *I huvudet på varann*, *Johnny och Johanna*, och *Lucky Luke*. På söndagarna sänder *Bobster*-blocket Långfilm kl 16.00 hela året.

Fler programserier för skolbarnen är dubbade, främst animationer, men också den danska dramaserien *Jesus och Josefin*, som sändes 1-24 dec.

*Bolibompa*-förmiddagarna i Barnkanalen riktas till förskolebarn och lågstadiebarn och har som enda temakanal i Sverige haft en svensktalande inramning med programledare samt en stor mängd programinnehåll med medverkande barn. Programledarna har sett alla program tillsammans med publiken, och har besökt barns verklighet och gjort en rad specialreportage – beställda av förskolepubliken. I förmiddagsblocket har SVT sänt egenproducerade program som *I huvudet på Alva Burman*, *Nu är det nu*, *Abrakadabra*, *Evas sommarplåster*, *Lisas Sagoshow* samt visat inköpta serier som *Martin Morning*, *Meckar-Micke*, *Angelina Ballerina*, *Lille Ho och loppan Fli*, *Harry och hans hink full med dinosaurier*, *Byggare Bob*, *Projekt: Bygg framtiden*

Hösten 2006 var Barnkanalens penetration 63 procent av hushållen (tabell 4.2).

## 5.5 Kunskapskanalen

Kunskapskanalen är ett samarbete mellan Sveriges Television och Utbildningsradion (UR) och sänds kl. 18.00 – 23.00 på samma kanalplats som Barnkanalen. Här sänder SVT kunskapsprogram två timmar per dag alla veckans dagar. På fredag - lördag består utbudet av repriserna från tidigare sändningar under veckan. Totalt blev det 720 sändningstimmar för SVT, som genom reprisblocken på fredag - lördag från och med slutet av januari 2006 utökade sin sändningstid sedan föregående år (tabell 6 c). Under 2005 sändes Kunskapskanalen enbart söndag - torsdag, men med början i slutet av januari 2006 sänds kunskapsprogram alla dagar i veckan.

Utbudet hade, precis som året innan, formen av dagliga tematiska block inom ämnena historia på söndagar, kultur på måndagar, natur på tisdagar, vetenskap på onsdagar och världen på torsdagar. Varje block innehöll dels ny- och egenproducerat material, dels arkivmaterial och inköpta dokumentärer. SVT:s *Mera*-program presenterades av olika programvärdar som också svarade för fördjupande samtal med vetenskapsmän, forskare och andra inbjudna personer med anknytning till dagens tema.

Fredagar och lördagar sändes repriserna av hela programblock. Kanalen innehöll också repriseringar sommartid och vid jul och nyår.

*Mera historia* och *Mera kultur* producerades i Stockholm, *Mera om världen* i Göteborg, *Mera Vetenskap* i Norrköping och *Mera natur* i Umeå.

Under våren genomförde alla SVT-redaktioner inom Kunskapskanalen tillsammans en gemensam satsning på temat *Eldsjälar och provokatörer*. Under en vecka ägnades flertalet program åt ett utbud som fokuserade på intressanta människor med ett brinnande engagemang värt att uppmärksamma i en kanal som vill ge publiken ny kunskap och insikt.

Under hösten 2006 kom SVT och UR överens om ett nytt samarbetsavtal som ska gälla för den närmaste treårsperioden. Bolagen enades om att tillsätta en gemensam kanalledning med en kanalchef, tablåplanerare och webbredaktör. Avsikten är att under 2007 åstadkomma en bättre samplanerad kanal, ett delvis förändrat innehåll och en tablåstruktur som är tydligare än vad den varit under 2006.

Kunskapskanalens dagliga räckvidd ökade från 0,4 procent på helåret 2005 till mer än de dubbla 2006, och årsgenomsnittet blev 1,1 procent. I slutet av året var månadsräckvidden nästan fyra gånger så stor som räckvidden året innan (tabell 22.7). Kanalen har blivit mer känd, och digitaliseringen av marknätet har inneburit att fler fått möjlighet att se. Tv-publikens medvetenhet om innehav av Kunskapskanalen har ökat från 44 procent i december 2005 till 62 procent i november 2006 (tabell 4.2).

Trafiken på Kunskapskanalens webbsajt ökade också. Där lockades många användare framför allt av frågesporter i olika ämnen knutna till programutbudet.

Kunskapskanalen hade under 2006 ett fortsatt gott samarbete med olika regionala kunskapscentra som universitet, högskolor och bibliotek. Inom ramen för projektet *Fråga biblioteket* tillhandahölls mängder av tips om litteratur och webblänkar för den som ville veta mera om olika delar av utbudet i Kunskapskanalen.

## 5.6 SVT Text

Sveriges Televisions text-tv-service omfattar cirka 830 textsidor med bland annat nyheter, sport, väder, ekonomi samt information om programutbud (tabell 5.6).

Sedan årsskiftet 2005/2006 är den integrerade SVT Text/webb-redaktionen en del av Rapport inom enheten Nyheter och Samhälle, NoS

Tonvikten under 2006 låg på kontinuerligt uppdaterade in- och utrikesnyheter i kortformat, som kompletterades med fördjupad information, faktarutor, analyser och krönikor. Text-TV-redaktionen publicerade också extra information kring de stora nyhetshändelserna under 2006, till exempel Muhammed-karikatyren och deras efterspel, Bobby-rättegången, Hagamannen, saknade SVT-medarbetare i Kalahari-öknen, svenska riksdagsvalet, Nordkoreas kärnvapenprov, Fuglesangs rymdfärd, översvämningarna på Västkusten.

Även sportutbudet var stort under året, med bl. a. målservice, allsvensk fotboll och elitserieishockey. Text-TV satsade extra på vinter-OS, fotbolls-VM och friidrotts-EM. Delar av informationen i SVT Text publiceras i samarbete med Ecovision (ekonomisk information som börs, valutahandel och värdepapper etc.), Svenska Spel, ATG, Sveriges Radio, Utbildningsradion med flera.

I uppdraget för SVT Text ingår också att informera om SVT:s programutbud. Det görs genom kontinuerlig information om SVT:s samtliga program i form av tablåer och specifik programinformation. Det finns också tilläggsinformation till programmen såsom receptsidor och boklistor.

SVT Text publicerar också information om övergången från analoga till digitala tv-sändningar.

Text-TV-utbudet är tillgängligt när tv-sändarna är i funktion och på svt.se dygnet runt. Vid stora nyhetshändelser samt under delar av veckosluten sänds *text-tv in vision* i SVT24. Ett stort antal sidor uppdateras flera gånger per dygn. Nyhetssidorna uppdateras kontinuerligt, i genomsnitt ca 100 gånger per dygn.

## 5.7 svt.se

Sveriges Televisions webbplats svt.se har ett omfattande utbud av text och rörliga bilder i syfte att komplettera tv-sändningarna. Här finns också information om tv-programmen och SVT som företag. Utbudet på svt.se präglas av mångfald, bredd och kvalitet.

Webbplatsen svt.se speglar innehållet i alla SVT:s kanaler, skapar webbunikt innehåll när det är motiverat och tillämpar interaktivitet när sådan bedöms skapa mervärde. Målsättningen är att även nå dem som SVT inte når via ordinarie tv-utbud, främst inom målgruppen unga och unga vuxna, liksom döva och hörselhandikappade som är beroende av det visuella språket. Det redaktionella innehållet på svt.se bygger till största delarna på programinnehåll och produceras i de flesta fall av programredaktionerna.

Trafiken till svt.se ökade markant under 2006. Ökningen av antal unika besökare mellan november 2005 och november 2006 var hela 33 procent. Tittningen på s.k. streaming-video på svt.se under samma period ökade också avsevärt, med 70 procent. Besökarna kunde se alla SVT:s nyhetssändningar samt program ur alla genrer. Videoutbudet på svt.se var under 2006 ca 2 000 timmar vid varje givet tillfälle. Sammanlagt blev det 98,2 miljoner tittningar av program eller klipp under året.

Under 2006 gjordes ett antal stora satsningar:

I början av året lanserades en ny tjänst som gav besökarna en möjlighet att ta del av SVT:s omfattande videoutbud: Podd-tv. Tekniken innebär att SVTi kodar ca 20 program som rättighetsmässigt kan erbjudas till nerladdning (till skillnad från streamat utbud som inte kan sparas ner på användarens dator) och publicerar dem med så kallad

RSS-teknik. En besökare som vill kunna spara ner något av programmen till sin bärbara mediaspelare skaffar ett gratis prenumerationsprogram som tankar hem det av SVT publicerade programmet till besökarens dator. När mediaspelaren dockas till datorn tankas programmet över och kan ses när och var besökaren vill. Tjänsten var den första av sitt slag i landet och visar på SVTi:s goda utvecklingsarbete.

Under vinter-OS i Turin skapades en omfattande sajt med fördjupningar och webbexklusivt material från alla tävlingar. Sportredaktionen publicerade rörligt material som tillverkats både av SVT och de internationella bildfeederna. På sajten hittade besökaren sport-quiz, vinter-OS i historien och hade möjligheten att ställa frågor till SVT:s experter och den så kallade Tittarombudsmannen i chattar och genom att skicka in sina frågor via webbformulär till OS-studion. I SVT:s s.k. "Videokiosk" kunde besökarna med webbkameror kopplade till sina datorer skicka in sina egna hejarramsor som visades både på sajten och i tv-sändningarna. Besökarna kunde också skriva sina egna krönikor om sina upplevelser av OS-tävlingarna från tv-soffan.

Paralympics bevakades också med en speciell sajt efter samma principer som den stora huvudsajten.

Inför sommarens Fotbolls-VM gjordes ännu en satsning på en stor sportsajt med samma interaktiva innehåll som sajten för vinter-OS. Videokiosken användes för att besökarna skulle skicka in sitt bästa sportreferat. De tre bästa valdes ut och gick till final i VM-studion i Stockholm. Vinnaren fick kommentera VM:s bronsmatch tillsammans med expertkommentatorn i SVT24. Av rättighetskäl kunde SVT på svt.se endast visa höjdpunkterna från varje match, och detta endast inom Eurovisionsområdet.

SVT:s valbevakning på webben startade redan tidigt på året och med ett brett samarbete mellan SVTi, alla regionala nyhetsredaktioner och NoS. Den omfattande sajten hade dedikerade webbreportrar och innehöll massor med nyheter och en rad webbexklusiva satsningar som *Nätkollen* där en redaktör bevakade ledarsidor, bloggar och andra opinionsbildande sajter, *Ambivalent-06* där *Faktums* programledare gav egna vinklar på valrörelsen, *Tidslinjen – 50 år av val* en interaktiv applikation där besökarna kunde ta del av arkivklipp, texter och stillbilder från alla valrörelser SVT har bevakat. Besökarna kunde vidare t.ex. använda applikationen *Testa ditt val* samt skicka in sina egna frågor till politikerna. Genom ett samarbete mellan SVTi/Valwebben och Grafiskt centrum togs flash-grafik fram som tillät gemensam valresultatsgrafik för både valvakan i tv och för valsajten. Valresultaten visades så snart de kom in. Direktsändningen av valvakan på sajten slog rekord i antal samtidiga tittare och fick besök från 130 olika länder!

Samtliga regionala nyhetssajter hade egen valbevakning med fokus på lokala frågor.

Under året omarbetades grafiken i svt.se. I oktober lanserades det nya utseendet som bland annat avser att förenkla navigationen i SVT:s stora utbud. En nyhet är att SVTi har gjort nyhetsdelen på förstasidan större och lyft över den till vänsterspalten. Längst ut till höger ligger numera en så kallad flashpuff som presenterar SVT:s videoutbud och som ändrar innehåll beroende på vilka undersajter besökaren går in på.

För att ytterligare framhäva videoutbudet på svt.se som en bra reprintsjans lanserades i slutet av året *SVT Play* med lättare navigering och mer utrymme för marknadsföring.

Banden mellan webben och tv-rutan blev tydligare under året då flera program utöver Sporten använde sig av Videokiosken: barnprogrammet *Bobster* anordnar karaoke-tävlingar som visas både på sajten och i tv-rutan och debattprogrammet *Argument* låter de debattvilliga göra videoinlägg i sitt videoforum och därmed sätta agendan för programmet.

Ett exempel på en stor sajtsatsning är *Planeten*. Till dokumentären om hur vår planet mår knöts en sajt med en mängd extramaterial och möjligheter till fördjupning både i form av spel och en fullspäckad faktabank.

#### ***mobil.svt.se***

SVT:s mobila sajt är en underdomän till svt.se och är anpassad till små skärmar och en lägre dataöverföringshastighet. Samma publiceringssystem används sålunda till publicering både på svt.se och mobil.svt.se.

*Webbnyheter och Sport* från NoS, *Nyhetstecken* från SVT Leksand samt hela text-tv-utbudet återfinns på mobil.svt.se. Dessutom finns där ett antal program som lämpar sig för mobil tittning, t.ex. korta *Rapport*. Bland övriga program märks är t.ex. *Filmkrönikan*, *Böglobbyn*, *Hundkoll*, *Robins*, *Julkalendern*, *A-ekonomi*, *Gomorrön Sverige*, sportklipp och *Öppet arkiv*.

Dramaprogrammen *Kvarteret Skatan* tillverkade mobilexklusiva klipp både med serien och med karaktären Kåta Gun.

Mest sedda program är *Rapport* följt av *Julkalendern*.

Under valet introducerades *Kvick* som är en nerladdningsbar mobilapplikation som låter användaren att delta i SVT:s tävlingar och omröstningar utan att behöva skicka SMS. under *Testa ditt val* kunde tittaren i tv-soffan i realtid svara på samma frågor som de olika panelmedlemmarna i det direktsända programmet.

## **5.8 SVT Europa**

SVT:s utlandskanal SVT Europa sänds sedan 1988 i det analoga marknätet i södra Finland, där den har ca 1,8 miljoner potentiella tittare i 827 445 tv-hushåll. Sändningarna till Finland kom till stånd efter en överenskommelse mellan den finska och svenska staten om ömsesidigt tv-utbyte mellan länderna och finansieras genom ett särskilt anslag i statsbudgeten.

Sedan 1997 sänds SVT Europa via Sirius2-satelliten med täckning över Europa, norra Afrika och stora delar av Mellanöstern. Sändningsområdet utvidgades i april 2005, när kanalen började sända över satelliten Thaicom-3 till Asien, Australien och Afrika. SVT Europa har abonnenter i 79 länder, i 17 olika tidzoner, från portugisiska Azorerna i väster till Melbourne i öster.

Kanalen, som sänder dygnet runt, visar huvudsakligen direktsända, svenskproducerade program från SVT1 och SVT2 samt UR. Tablåen kompletteras med program från temakanalerna SVT24, Barnkanalen och Kunskapskanalen. Programmen ska visas samtidigt som de sänds i någon av SVT-kanalerna i Sverige, men man har även rätt till tidsförskjutning inom 48 timmar från sändning i Sverige. Tack vare denna möjlighet kan SVT Europa i stort sett visa alla program med SVT Europa-rättigheter.

Satellit-tittarna har även tillgång till två radiokanaler, Radio Sweden och P4.

SVT Europa är en betalkanal, eftersom SVT:s sändningar utanför Sverige ska bära sina kostnader enligt SVT:s sändningstillstånd. På grund av omfattande spridning av piratkort hade abonnentutvecklingen stagnerat sedan några år tillbaka. Därför byttes samtliga programkort ut i juli 2006, och efter kortbytet har abonnentantalet börjat öka igen. I Asien har SVT Europa flest tittare i Thailand, där allt fler svenskar väljer att skaffa ett ”andra hem i solen”. Även i Kina är efterfrågan stor, men eftersom SVT Europa inte finns på den

officiella listan över tillåtna tv-kanaler, är det förbjudet att installera parabol för mottagning av SVT Europa.

SVT Europas nuvarande sändningstillstånd i Finland gäller tills Finland går över till digitala marksändningar 2007-08-31. Finlands regering beslutade i slutet av 2006 att förlänga SVT Europas sändningstillstånd t o m 2010-08-31, med reservation att koncessionen kan dras in om sändning av SVT1 och SVT2 i finska marknätet blir möjlig tidigare. I Finland har YLE tillstånd att vidareända SVT Europa i det analoga marknätet i södra delen av landet och har även fått tillstånd att i kodad form vidareända kanalen i det digitala marknätet i hela landet. Den tekniska täckningsgraden för SVT Europa i det digitala marknätet beräknas bli ca 80 procent av hushållen.

Totalt sände SVT Europa under 2006 ut 7 648 timmar SVT-program som parallellsändning eller s.k. time shift. Knappt 500 timmar av kanalens utbud var riktade till barn och ungdom (tabell 5.8). Härutöver sändes 379 timmar program från UR.

## 6 Programutbudet i SVT1 och SVT2

*SVT skall erbjuda ett mångsidigt programutbud som kännetecknas av hög kvalitet i alla programgenrer. Programmen skall utformas så att de genom tillgänglighet och mångsidighet tillgodoser skiftande förutsättningar och intressen hos landets befolkning. SVT skall beakta programverksamhetens betydelse för den fria åsiktsbildningen, och utrymme ska ges åt en mångfald av åsikter och meningsriktningar. SVT skall i skäligen omfattning tillgodose olika intressen i fråga om bl.a. religion, kultur och vetenskap (sändningstillståndet 8§).*

Mångfald, bredd och kvalitet kännetecknar public service-televisionen. Många program i alla programkategorier gör det möjligt att uppnå detta.

SVT gör inte någon egen jämförelse mellan det egna utbudet och konkurrenternas. Studier har dock gjorts av andra, till exempel forskare vid Göteborgs universitet, som arbetat på Granskningsnämndens uppdrag. Den senaste studien, publicerad under 2006 men rörande år 2005, visar att SVT:s samlade utbud, liksom flera tidigare år, hade en betydligt större bredd och mångsidighet än konkurrentkanalernas. Från och med 2005 har de tre temakanalerna från SVT inkluderats i analysen.

Ett syfte med produktion i hela landet är att spegla de olika delarna av Sverige och låta många röster komma till tals. Det är också ett sätt att undvika schablonartade skildringar av lokala och regionala företeelser. I en undersökning som på Granskningsnämndens uppdrag genomfördes 2004 av forskare vid Malmö högskola, visas bl.a. att SVT:s programutbud som helhet ger inblickar i händelser med aktörer från hela landet. Denna studie har inte upprepats med avseende på senare års utbud, men torde vara giltig även för 2006.

### **Förändrad kodning 2006**

Under 2006 har SVT introducerat ett nytt lager- och programplaneringssystem som även innehåller mycket mer metainformation om de enskilda programtitlarna än det tidigare använda systemet har erbjudit. Den nya kodningen får vissa konsekvenser för jämförbarheten bakåt i tiden.

Utbudet har tidigare kodats med undergrupper för de riktade programmen (barn, ungdom och minoriteter). Den nya kodnyckeln skiljer på programmets utbudsmässiga tillhörighet, *kategori*<sup>14</sup>, och programmets *målgrupp*. Tidigare riktade sig program exempelvis antingen till barn eller till döva, och manuell bearbetning krävdes för att identifiera den tid som lagts på program riktade till barn inom dövgruppen. En annan nyhet med kodningen är att såväl *Utbudet* som programmets *Form* klassificerats. Tanken är att det ska bli enklare att identifiera exempelvis dokumentärer i tv-utbudet. Dessa har tidigare ingått i Faktakategorin men inte varit enkelt urskiljbara. Även i det fallet har manuella bearbetningar krävts. Vidare har kategoriseringen av *produktionstyp* utvecklats så att man tydligt kan se om huvudproducenten för ett enskilt program varit SVT eller någon annan producent. Det har tidigare varit svårt att urskilja i kodningen. Programmen förses nu också i regel med en *Ämnesklassificering* som ska underlätta det följande katalogiseringsarbetet.

Fakta har tidigare varit en mycket stor utbudskategori som nu har delats upp i ett antal nya huvudgrupper beroende på Faktaprogrammets inriktning. Det finns nu såväl

<sup>14</sup> För tydlighets skull markeras i detta avsnitt de aktuella kodningstekniska termerna med *kursiverad stil* och namnen på innehållskategorierna med versal begynnelsebokstav.



*Samhällsfakta* och *Kulturfakta* som *Sportfakta*, *Fritidsfakta* och *Underhållningsfakta*. *Musik* har av hävd utgjort en egen kategori inom kodningen av program i radio och tv. *Musik* har i det nya systemet inordnats med *Kultur*-etikett, men som en klart urskiljbar underkategori. En tumregel säger att ett program skall innehålla minst 50 procent klingande material för att klassificeras som musik. Den regeln har tidigare inte varit lika tydlig. Om andelen klingande musik understiger 50 procent kodas programmet istället som *Kulturfakta*, eventuellt kompletterat med *Formkod*: dokumentär eller reportage.

Ett annat exempel på förändringar som gjorts i kodningen är att *Sitcom* (situationskomedier) numera utgör en egen undergrupp inom utbudskategorin *Underhållning*. Programmen har tidigare kodats som *Fiktions*. Den *Drama*-kod som nu introducerats blir mer renodlad och används för gestaltad manusbunden produktion där man tydligt kan skilja på inköpta produktioner som gjorts för tv-mediet, den egna *Drama*-produktionen och biografvisad *Långfilm*.

I 2006 års Public service-redovisning har vi så långt det varit möjligt försökt att återföra de nya koderna till tidigare kategorier för att bibehålla jämförbarheten under tillståndsperioden. I kommande redovisningar kommer den nya kodningen att få ett tydligare genomslag. Den förändrade kodningen innebär dock att det ibland blir oundvikligt att förändringar och förskjutningar i utbudsprofilen uppstår – inte till följd av att utbudet behöver ha förändrats men för att de nya definitionerna kan ge andra siffror. Då avvikelserna snarast förklaras av förändrad kodning och inte av faktiska förändringar kommer detta att kommenteras i texten.

#### *Arena*

I takt med att SVT ökat sitt utbud av direktsända debatter från Riksdag och föreningsliv har behovet uppstått att kunna särskilja detta från journalistiskt kommenterade samhällsprogram eller nyheter. En särskild utbudskategori, *Arena*, har därför tillskapats.

#### *Fakta*

SVT:s utbud dominerades under 2006 liksom tidigare år av *Fakta*, som utgjorde 37 procent av det rikssända utbudet. Inom programområdet sändes totalt 3 330 timmar under året. Faktautbudet har därmed ökat med 312 timmar sedan föregående år trots att 2006 var ett omfattande sportår, då både *Fakta* och *Nöje* fick ge plats för direktsänd *Sport* också i kvällstablån. Förklaringen till ökningen är av kodningsteknisk natur. Då kodningen av utbudet setts över under 2006 har det blivit möjligt att separera kodningen av olika delar av *Gomorra* *Sverige*, vilket utnyttjats för de olika magasinerna som sedan årsskiftet 2005/2006 kodas som samhällsfakta istället för nyheter. I och med att magasinerna också erbjuds publiken i form av en ihopklippt repris senare på eftermiddagen i SVT1, direkt efter *Rapports* 16-sändning, ger denna omkodning en bättre beskrivning av morgonsändningens innehåll (tabell 6 a).

#### *Fiktions*

*Fiktions* var under 2006 den näst största utbudskategorin och stod för 24 procent av SVT:s utbud. Det är samma andel som för 2005 men i praktiken en mindre minskning med 24 timmar. Ser man enbart till förstasändningar har utbudet dock minskat ännu mer till 872 timmar 2006 jämfört med 976 timmar 2005 (tabell 6 a). Även denna förändring kan delvis förklaras med den nya kodningen där program av typen *Sitcom* nu kodas som *Underhållning* istället för *Fiktions*, vilket tydligare beskriver avsikten med denna programgenre. Att 2006 varit ett stort sportår och dessutom valår bidrar också till minskningen.

### *Nyheter*

Som en följd av omkodningen av magasinindelarna i *Gomorra Sverige* har volymen av sända Nyheter påverkats. Totalt innebär omföringen av magasinindelarna från Nyheter till Samhällsfakta att 481 timmar har förts bort från Nyhetskoden. Nyhetsutbudet 2006 minskade därmed under 2006 till 1 013 timmar i rikssändning från föregående år då volymen var 1 464 timmar. Nyheterna utgör 11 procent av utbudet i SVT1 och SVT2 mot tidigare 16 procent (tabell 6 a). Även år 2005 uppvisade en minskning jämfört med 2004 till följd av att man under 2004 räknade in ca 160 timmar parallellsändning av *24 Direkt* i nyhetsutbudet. Då volymen parallellsändningar under 2005 ökade kraftigt och inte längre redovisas inom ramen för huvudkanalernas utbud (se avsnitt 5) förklaras minskningen från 2004 till 2005 av detta.

### *Nöje*

*Nöjesutbudet* ökade mellan 2005 och 2006 och uppgick till 1 115 timmar (tabell 6 a). En del av förklaringen har tidigare berörts – att *Sitcom* numera kodas som underhållning. Det rör dock endast 40 timmar varför den största ökningen kan föras till utvidgning av området *Nöjesfakta*. En sändning av *Nöjesnytt* samt förlängd säsong av *Gokväll* har tillfört tid till detta programområde.

### *Musik*

Det sändes 353 timmar *Musik* under 2006, vilket är en minskning jämfört med såväl 2005 som basåret 2001 (tabell 6 a). Den nya tumregeln för mängden klingande musik i programmen har lett till en renodling av program som kodas som musik, vilket förklarar minskningen mellan 2005 och 2006. Jämfört med 2001 har också musikprogrammen för unga på eftermiddagen minskat.

### *Sport*

Jämna år kan karaktäriseras som stora sportår. Särskilt om OS eller VM är förlagda till Europa får detta tydliga effekter på sändningar dagtid och prime time. År 2006 var såväl vinter-OS som fotbolls-VM placerade i Europa med mycket stor effekt på sändningstiden. Dessutom var Sverige värd för friidrotts-EM, vilket ytterligare ökade på mängden sänd Sport. Totalt sändes 1 052 timmar Sport under 2006, en ökning med mer än 200 timmar över nivån föregående år och även kraftigt över referensåret 2001 (tabell 6 a, se även avsnitt 6.6).

### *Service*

*Serviceutbudet* har till synes minskat jämfört med 2005. Redan förra året motiverades en minskning med att SVT inte kunnat fastställa den exakta tiden för alla de trailrar, jinglar, bumprar och andra skarvelement som idag förekommer mellan programmen. Varje enskilt element är kort – ofta bara några sekunder - och den information som skiljer sig från detta är pausprogrammen som ibland plockas in för att fylla ut tiden fram till då nästa tablåsatta program skall starta enligt tablån. SVT delar dessa mätsvårigheter med många andra tv-företag i Europa. T ex BBC, ITV och YLE redovisar numera endast programsatt tid till den gemensamma EBU-statistiken.

### *Allmänproduktion utanför Stockholm*

Allmänproduktionen, det vill säga egenproduktioner, produktionsutläggningar, samproduktioner och svenska förvärv inom programkategorierna Fakta, Fiktion, Musik och Nöje, Nyhetsmagasin riktade till barn och ungdom, Sportdokumentärer, Sportreportage och korta pausprogram, uppgick under 2006 till 1 251 timmar vilket är en minskning med drygt 200 timmar sedan föregående år. Minskningen är större vad gäller

Stockholmsproduktioner än för program som producerats i resten av landet. En förklaring till den sammanlagda minskningen är att sportsändningar ersatt en del allmänproduktion på prime time. Av den anledningen blev andelen av allmänproduktionen för SVT:s rikssändningar som producerades utanför Stockholm under 2006 exceptionellt hög, 62 procent (tabell 17.1).

## 6.1 Faktautbudet

*SVT skall granska myndigheter, organisationer och företag som har inflytande på beslut som rör medborgarna samt spegla verksamheten inom sådana organ och inom andra maktsfärer. Nyhetsförmedling och samhällsbevakning skall ha olika perspektiv, så att händelser speglas utifrån olika geografiska, sociala och andra utgångspunkter (sändningstillståndet 10§).*

Enligt Granskningsnämndens analyser av det svenska tv-utbudet tidigare år dominerar SVT totalt utbudet av Faktaprogram i svensk television. Ingen annan av de stora svenska tv-kanalerna har lika stor andel Faktaprogram i sitt utbud.

Under 2006 sände SVT sammanlagt 3 330 timmar Faktaprogram varav 1 501 timmar i förstasändning. Inom Faktautbudet ryms vitt skilda programområden som religion, natur, vetenskap, evenemang och Faktaprogram riktade till barn. De enskilt största programkategorierna är dock Politik och Samhälle samt Kultur (tabell 6 a och 6 b).

Sändningstiden för Faktaprogram ökade som tidigare nämnts med drygt 300 timmar, bl a till följd av att nya kodningar tillämpats, som fördelar om från nyheter till Faktaoområdet. Underkategorierna av Faktaprogrammen är inte fullt jämförbara med tidigare indelning. Antalet underkategorier är detsamma men har kompletterats med kodning av programmets ämne mer i detalj.

Fakta utgör även 2006 en stor del av utbudet i SVT24 och Kunskapskanalen (tabell 6 a, 6 b och 6 c).

Under 2005 inleddes en satsning på regionala samhällsmagasin under huvudtiteln *Reagera* med nyhetsprogrammets namn som underrubrik. Satsningen kulminerade inför valet 2006 och avslutades direkt efter valet med regionala eftervalsanalyser. Totalt sändes *Reagera* regionalt i SVT2 i 8 halvtimmeslånga avsnitt samt direkt före valet i 2 timslånga program. Alla sändningar repriserades en gång senare under veckan (samt ytterligare en gång i temakanalen SVT24). Programmen strävade efter en tät interaktiv kontakt med de boende i sändningsområdet, och varje program hade också sin egen webbsida på programportalen för *Reagera* på svt.se (tabell 5 och 5.2).

### **Uppdrag granskning**

Uppdrag granskning, SVT:s program för undersökande journalistik, vann flera internationella priser under året genom Hannes Råstams granskning av "Fallet Ulf". Reportaget, som ledde till att två oskyldigt dömda män släpptes ur fängelse, vann dokumentärpriset, Den gyllene nymfen, vid TV-festivalen i Monte Carlo och guld även vid TV-festivalen i franska Biarritz. Dessutom vann "Fallet Ulf", eller "Framed – A Satanic Miscarriage of Justice", hederspris i Prix Europa i Berlin.

Programmet gjorde under året flera uppmärksammade granskningar. Spelet om de apatiska barnen, de höga VD-ersättningarna och militanta muslimer är några av ämnena som gjorde djupt avtryck i samhällsdebatten. Inför valet gjorde redaktionen en granskning av de båda statministerkandidaterna som blev omdebatterad redan före

sändning. Årets största internationella genomslag fick dock reportaget om svenska soldater som skjuter skarpt under övning utan kläder på kroppen.

### **Dokumentär**

Redan på nyårsdagen sändes årets första dokumentärfilm, Guldbaggevinnaren *Armbryterskan från Ensamheten*, en film som, i likhet med många andra svenska dokumentärer, möjliggjorts tack vare det omfattande samarbetet mellan Svenska Filminstitutet och SVT. Dokumentäråret fortsatte sedan med en omtyckt serie i två delar om Evert Taube, *Resan till Taube*.

En tradition har blivit den årliga historiska tillbakablicken, *Året var*, som tittar 50 år tillbaka i tiden. 1956 var året då Elvis Presley slog igenom och då drottning Elisabeth besökte Sverige. Framförallt blev året historiskt som året då Ungernrevolten kvästes. Något som också uppmärksammades i en egen film senare under året och med en Temakväll i kunskapskanalens *Mera Historia*.

2006 var det också trettio år efter mordet på statsminister Palme. En omdiskuterad film blev den svensk-danska satsningen, *Jag såg mordet på Olof Palme*.

En stor publikframgång var Tom Alandhs uppföljningsfilm *Jocke hette Sussis man* som senare på året ledde till en nominering i Stora Journalistprisets klass ”Årets berättare”.

Som vanligt bestod dokumentäråret av många Sverigeskildringar. *Sheriffen i Ryd* beskriver ett litet småländskt samhälle och det skyddsgarde som bildats där för att freda samhället från brottslighet. Filmen *Lasse och Ulla* följde en demenssjuk man och hans fru under nästan tio år. Det blev en stark film om livslång kärlek och Alzheimers sjukdom som idag drabbar cirka 100 000 svenskar.

*Vikarien* lät oss följa med en ung högstadielärare till arbetet på en skola i en Stockholmsförort. Han fick i filmen hjälp av sin egen gamle magister för att försöka få styr på undervisningen. En annan arbetsplatskildring var *Här är polisen*, en film från Sveriges till ytan största polisdistrikt, södra Lappland. Många tittade också med stort intresse på *Ubåt 137 på grund* där man fick nya analyser och kunde se nygjorda intervjuer om hur det gick till när den ryska u-båten hamnade på ett skär utanför Karlskrona 1981.

Svensk dokumentärfilm skildrar också omvärlden. Flera projekt nådde en publik även utanför SVT. Till exempel *Gitmo* om Guantanamo basen, *Belfast Girls* om två unga kvinnor i Nordirland, *Rea på njure* om organförsäljning i Iran och dokumentären *Leila Khaled – flygkapare*.

*Dokument utifrån* sände under våren en omfattande serie *Sju Partier*. Det var en genomgång av den moderna ideologiska förändringen inom våra sju riksdagspartier.

Under hösten undersökte Marianne Spanner depressionsvården. Reportaget *Lågpris-kontoret i Indien* behandlade svensk arbetsmarknad kopplad till globaliseringen, och våra unga medborgares karriärmöjligheter synades av Johan Ripås i *Blåst på Karriären*.

År 2006 blev den sista säsongen för *Dokument utifrån*. Några titlar var *I huvudet på Londonbombarna*, *Den mörka sidan* om Dick Cheney och *De bortglömda anteckningarna från Nürnberg*. Årets största satsning från *Dokument utifrån*-redaktionen var *Berättelsen om Mao* i fyra delar.

Unga dokumentärmakare gjorde en serie om kärlek. I åtta halvtimmar fick tittarna en känsloladdad resa ledsagad av elever från Dramatiska Institutet.

Årets mest omtalade dokumentärsatsning var serien *Planeten*. Klimat- och miljöfrågor blev plötsligt nyhetsstoff under hösten. *Planeten* kunde inte bara ses på tv. Den fanns

som biofilm och levde ett liv på internet, såväl före som efter tv-sändningarna, i den stora satsningen på SVT:s hemsida. Där kunde man förutom att se filmen, läsa mer, se fler intervjuer, debattera, spela spel och få miljönyheter.

### **Debatt**

*Agenda* producerade under 2006 bland annat årets första direktsända partiledardebatt mellan Göran Persson och Fredrik Reinfeldt. I en extrasändning dagen efter valet analyserades också valresultatet av samtliga partiledare för den borgerliga alliansen. Andra mycket uppmärksammade inslag i *Agenda* under året var tex JämOs krav på att det svenska landslaget skulle bojkotta Fotbolls-VM i Tyskland och en exklusiv intervju med den sk fp-spionen Per Jodenius. *Agenda* nominerades till Kristallen i kategorin "bästa nyhetsprogram" och vann Prix Egalia för ett reportage om vad mäns våld mot kvinnor kostar samhället.

*Agenda* genomgick i början av året en grundlig programutveckling. En ny studio och programledare introducerades. Programmet har successivt fått fler tittare. Det har också skett en ökning av tittarna i målgruppen 20-44 år, främst bland småbarns- och skolbarnsföräldrar. Dessutom har andelen kvinnliga tittare ökat.

Samhällsprogrammet *Faktum* fortsatte att provocera, granska och roa. Både svenska och internationella samhällsproblem belystes - alla med fokus på unga vuxna. T.ex. följde *Faktum* svenska vapen ut i världens krigshärdar, dokumenterade en sverigedemokrats första steg in i politikens finrum och ritade Sveriges drogkarta. *Faktum* belyste även ungas utsatthet på arbetsmarknaden, bostadsmarknaden och på nätet. Under 2006 fick programmet ett större genomslag med mycket beröm i pressen och höjda tittarsiffror. Även *Faktums* hemsida nådde stor framgång och var vid flera tillfällen en av SVT:s mest besökta programsajter. Satirserien *Kina TV* fortsatte vara regeringstrogen trots maktskiftet och kramade Reinfeldts regering på ett oönskat och vasst vis. Dessutom visades en serie satiriska leranimationer som utspelade sig på dels Migrationsverket och dels ett svenskt kärnkraftverk.

### **Kultur**

Totalt sände SVT år 2006 tolv kulturbevakande program: *Arty*, *Babel*, *Bokbussen*, *Bästa formen*, *Filmkrönikan*, *Kobra*, *Kulturnyheterna*, *Musikbussen*, *Musikbyrån*, *Musikministeriet*, *Sverige!* och *Tid för Design: Showroom* (tabell 12.2 a).

*Kulturnyheterna* fortsatte kombinera nyhetsarbete med en nysatsning på programmets form. Ett annat fokus var "den egna rösten", en satsning på ett medvetet personligt tilltal i de enskilda inslagen och i programmet som helhet. Redaktionen satsade också på mervärde på hemsidan. Längre versioner av intervjuer och fylligare faktamaterial kompletterade där den nio minuter långa sändningen.

Kulturpolitik var ett återkommande ämne, både som temasändningar och inslag före och i samband med valet. Årets nobelpris i litteratur behandlades i direktsändning vid lunchtid, i den vanliga 19-sändningen och i en längre extrasändning som producerades i samarbete med *Babel*. Uppståndelsen kring publiceringen av Muhammedkarikatyrerna skildrades i ett flertal reportage och i en större serie på temat: yttrandefrihet och religionsfrihet.

SVT:s slot för kulturdokumentärer, *K special*, sände under 2006 tre program om tre unika, svenska stillbildsfotografer; Jens Assur, Ulla Lemberg och Anders Petersen. I filmen *Rum för sjuka själar* skildrade arkivbilder den svenska mentalvårdens historia. Frilansfilmaren Lena Einhorn producerade ett porträtt på författaren och provokatören

Jan Myrdal, och programmet *Revolutionens kvinnor* om de tre revolutionära ledarna; Alexandra Kollontaj, Rosa Luxemburg och Emma Goldman. Båda programmen baserade på ett stort och omfattande arkivmaterial. I 2006-års utbud kan också nämnas; *Blodgruppen* - om sex svenska, kvinnliga deckarförfattare, *Vingslag* - en poetisk bildessä om fåglars flykt, *Père la Chaise* - de odödligas kyrkogård i Paris.

*Kobra*, som vunnit TV-priset Kristallen för bästa magasinsprogram, utvecklade under året sin form och bytte vinjett, anslag och webb-design. Som ett led i förnyelsen bjöds tittarna på ett nytt sätt in att delta i produktionen av programmet (remix av musiken av slutvinjetten), något som kommer vidareutvecklas och synas såväl i programmet som på webben under 2007. Detta stärkte *Kobras* profil som ett program som satsar på formen och ligger i tv-mediets absoluta framkant. *Kobra* stärkte också sin position som SVT:s internationella kulturprogram, med omkring två tredjedelar av alla inslag från utlandet, samt fyra specialprogram från utlandet; Argentina, Paris, Iran och Dubai. Urvalet sker framförallt med en vilja att lyfta fram internationell kultur som har bäring i Sverige, att sätta fokus på ett land eller plats som hamnat i medieskugga (Argentina), eller att genom kulturen försöka bredda förståelsen för händelser som dagligen belyses i våra nyheter (Iran). *Kobra* har inte ett bevakande uppdrag, men valde ändå att ta upp några av de viktigaste samtidshändelserna. Programmets ambition var att spegla det Sverige och den värld vi lever i genom att fokusera på minst en vecko- eller månadsaktuell händelse i varje program samt att medvetet leta efter tidlösa men aktuella teman. *Kobra* arbetade också medvetet med att hitta en jämn fördelning i valet av medarbetare och intervjupersoner utifrån köns-, ålders- och mångfaldsaspekten.

Litteraturmagasinet *Babel*, som vann Ikarospriset i tv-klassen 2006, fortsatte under året att skildra tendenser i dagens litteraturvärld. I *Babel* fick tittarna möta svenska författare som Tomas Tranströmer, Kerstin Ekman och Stig Larsson. Men också utländska författare som Joan Didion, Assia Djebar och Salman Rushdie. I september sände *Babel* också ett specialprogram från Bokmässan i Göteborg.

Ett nytt konstprogram *Arty* startade under hösten 2006. Med målet att hänga på det stora intresset för samtidskonst och göra den tillgänglig för en större publik. Med värme, kunskap och berättarglädje samtalade Claes Bäckström, Anders Karnell, Marcus Lindeen, Tuvalisa Rangström, och Emma Stenström om konst som provocerar och förför. I reportageform fick man dessutom möta de mest intressanta konstpersonerna på den svenska- och internationella konstscenen. Medverkade gjorde bl a; Ernst Billgren, Siri Hustvedt, Laurie Simmons, Dan Perjivski, Carolee Schneemann, designgruppen Front, Magdalena Dziurlikowska. Programmet förlitade sig på sina vackra bilder.

Som repris från 2005 sändes för den yngre publiken *Tid för design: Showroom* som ur olika perspektiv fokuserade på form och formgivningens betydelse i vår tid. Dessutom ville programmet vara ett designuttryck i sig. Nya visuella grepp infördes: en programledare "designades" under seriens gång och omkullkastade bilden av en traditionell programledare.

Sju mysterier gav upphov till sju resor i en programserie som inte intresserade sig för vad folk sa, utan hur de sa det. Fredrik Lindströms *Svenska Dialektmysterier* sågs av många och belönades med Kristallen för Årets infotainment 2006. Samme Lindström undersökte även *Världens modernaste land* tillsammans med historikern Peter Englund och etnologen Maria Christersdotter, med utsändning vid årsskiftet 2006/07.

### **Fakta/Fritid**

Bland programmen inom Fakta/fritidsutbudet fanns både granskande program som *Vetenskapsmagasinet* och *Plus* och mer upplevelseskapande och lärande program som *Vetenskapens Värld*, *Naturfilm* och *Mitt i naturen*. I SVT:s Faktautbud fanns också program som på ett populärt och lättamt sätt erbjöd tittarna kunskaper och nya erfarenheter, t ex *Söderläge*, *Packat & Klart*, *Solens mat*, *Landgång*, *Motorist*, *Mat/Niklas* och *Antikrundan*. Livsstilsprogrammen *Toppform* och *Söderlund&Bie* kompletterades med service på webben där tittarna kunde inhämta fakta anpassade till den personliga situationen.

Finska redaktionens samhällsprogram *E4* breddade nyhetsinnehållet på ett informativt och underhållande sätt. *E4* speglade, under en resa från Helsingborg till Haparanda, den sverigefinska och svenska verkligheten genom olika teman, som t.ex. patriotism, gränslöshet/gränser, rädsla och tystnad. Övrigt Faktautbud på finska bestod av inköpta program.

## **6.2 Nyhetsutbudet**

*Nyhetsverksamheten skall bedrivas så att en mångfald i nyhetsurval, analyser och kommentarer kommer till uttryck i olika program. SVT skall meddela nyheter, stimulera till debatt, kommentera och belysa händelser och skeenden och därvid ge den allsidiga information som medborgarna behöver för att vara orienterade och ta ställning i samhälls- och kulturfrågor (sändningstillståndet 10 §).*

SVT:s nyhetsutbud fördelar sig på rikssända nyheter, *Rapport* och *Aktuellt*, regionala nyheter, *Nordnytt*, *Västerbottensnytt*, *Mittnytt*, *Värmlandsnytt*, *Gävledala*, *Tvärsnytt*, *Östnytt*, *Västnytt*, *ABC*, *Smålandsnytt* och *Sydnytt* samt rikssända minoritetsnyheter på samiska i *Ođđasat*, på finska i *Uutiset* och på teckenspråk i *Nyhetstecken*. Nyheter för barn sänds i det rikssända *Lilla Aktuellt* (se avsnitt 7). Samtliga nyhetsredaktioner har också sändningar över internet via hemsidan svt.se. Nyheter finns dessutom i textform på svt.se samt på text-tv (se avsnitten 5.6 och 5.7). Under 2006 startade sändningar över 3G-telefonnätet. SVT:s nyhetsservice var sammantaget tillgänglig dygnet runt.

I SVT1 och SVT2 sändes under 2006 totalt 1 013 timmar nyheter i rikssändning och 1 955 timmar regionala sändningar (tabell 6 a, 5.2). Programkategorin Nyheter omfattar huvudsakligen daglig nyhetsservice som upptog totalt 953 timmar av sändningstiden i huvudkanalerna under 2006. Tidigare har en stor del av utbudet inom kategorin Nyheter omfattat magasinindelarna i morgonsändningarna, men dessa klassas fr.o.m. 2006 som samhällsfakta (tabell 6 a och 6 b). Riksdagsreferat och annan okommenterad sändning från t ex presskonferenser som förekommer i huvudkanalerna inom ramen för sändningar av *24 Direkt* inkluderas inte i Nyheter i det nya kodschemat utan redovisas särskilt. I tabell 6a har för jämförbarhetens skull en sammanslagning gjorts. Totalt sändes 29 timmar sådana sändningar under 2006. Till detta kommer ett stort antal timmar i parallellsändning med SVT24, som dock inte redovisas som tid i huvudkanalerna. Programmet *Nyhetstecken* på teckenspråk utökade i september 2005 sin sändningstid från 5 minuter till 10, vilket på årsbasis under 2006 innebar 14 nya nyhetstimmar (tabell 6 b och 9 d).

SVT har produktion av nyheter på 30 orter i landet och nyhetssändningar från 11 huvudredaktioner. Fokus i de regionala nyhetssändningarna är det regionala och lokala samhällslivet; skola, vård, omsorg, politik, ekonomi och rättsfrågor är ämnen som ofta återkommer i sändningarna. Sändningarna har en markant regional prägel. År 2005 breddade de regionala nyhetsredaktionerna sin bevakning med programmet *Reagera*, ett regionalt aktualitets- och debattprogram, som även fortsatte över valet 2006 (se 6.1).

Svensk inrikespolitik och konflikten i Libanon har präglat nyhetsåret 2006. Både Rapport och Aktuellt styrde om och satsade inom ramen för den befintliga verksamheten rejält på en omfattande valbevakning (se avsnitt 11). Båda redaktionerna var också på plats och satsade stort kring händelserna i Libanon under några intensiva sommarveckor.

Under det första halvåret 2006 kretsade en hel del av bevakningen kring efterverkningarna av tsunamin och de KU-förhör som blev följden av Hirschfeldt-rapporten. En hel del kraft lades på kartläggningen av statssekreteraren Lars Danielssons göranden under tsunamikatastrofens inledningsskede. Under våren avgick också utrikesminister Laila Freivalds som en indirekt följd av kritiken i Hirschfeldt-rapporten och stängningen av Sverigedemokraternas hemsida.

**Rapport** började 2006 med en satsning på energifrågan i Europa. Focus låg på hur Rysslands gästlingar används som makt- och styrmedel. Europas framtida energipolitik och kärnkraftens eventuella återkomst som framtidens energikälla granskades, med reportage från Finland och Frankrike där man satsar hårt på kärnkraft.

Andra *Rapport*-satsningar under året var:

- Granskning av Premiepensionerna, den kostsamma administrationen och de många fondalternativen och de få som väljer alls. Vidare rapporterades att de flesta fonderna gett relativt dålig avkastning.
- Muslimska föreningars krav på det svenska samhället och vår lagstiftning, bla krav på undantag, sk särlagstiftning
- Vatten - inte längre bara vanligt vatten. En miniserie om den enorma ökningen av buteljvattenskonsumtionen och de miljökonsekvenser det för med sig.
- Fildelning - en rad inslag om konflikten mellan upphovsrätten, den folkliga fildelningen och USA:s eventuella inblandning i hur regeringen hanterade frågan i samband med att fildelningsajten Pirate Bay stängdes. Sammanlagt ett 10-tal inslag - framförallt i juni månad - där *Rapport* var nyhetsledande.
- AMS - som granskades i tre inslag med bland annat avslöjanden som att alltfler invandrare blir arbetslösa samtidigt som AMS minskar stödet till den här gruppen.
- Migrationsdomstolar - flera jobb, om hur de nya migrationsdomstolarna fungerar och skillnaderna dem emellan.
- Veckorna efter valet och regeringsbildningen präglades av flera ministeraffärer, och den stora eftervalsfrågan var turerna kring A-kassan som det rapporterades om.
- Bostadspolitiken - förändring efter den nya regeringens tillträde.
- Djurskyddsfrågorna granskades i ett samarbete med SR-programmet Front i P3, och i slutet av året inledde Rapport en serie kring familjepolitiken.

Vid sidan av valbevakningen gjorde **Aktuellt** flera fördjupande satsningar och granskningar, bl.a. kring konsekvenserna av publiceringen av de s k Muhammed-



karikatyrerna i Danmark. En söndagssändning i *Aktuellt* förlängdes efter att flera danska och norska beskickningar hade attackerats i mellanöstern.

*Aktuellt* har under året fortsatt att i en serie reportage kontinuerligt bevaka och kritiskt granska migrationsverket.

*Aktuellt* har också kartlagt östutvidgningens konsekvenser, bla genom en genomgång av hur det egentligen blev med den från vissa håll befarade s k sociala turismen.

Utrikesbevakningen i *Aktuellt* har bl.a. handlat om utvecklingen i Irak och dess konsekvenser i mellanöstern och övriga världen. Treårsdagen av invasionen av Irak uppmärksammades med reportage, analys och kommentar.

Utvecklingen i mellanöstern, med intensifierad krigföring i Gaza, samt den militära konflikten mellan Israel och Libanon har getts stort utrymme i *Aktuellts* sändningar, bl a genom längre reportage från våra utsända och genom kommentarer och samtal i studion.

*Aktuellt* gjorde också en större satsning i samband med 20-årsdagen av Tjernobykatakstrofen, samt senare under året ett antal fördjupande reportage och analyser kring det amerikanska kongressvalet.

*Aktuellt 21* har också under året gjort en stor satsning på att utveckla bildberättandet genom att ta fram nya lösningar kring foto och grafik i t.ex. inledningen på programmet och i de skärmar som används vid presentationen i studion.

### ***Utrikesbevakningen***

I november 2006 passerades en tidsgräns med stort symbolvärde för den amerikanska allmänheten: De amerikanska styrkorna hade då tillbringat längre tid i Irak än deras anfäder var inblandade i andra världskriget. De allt större förlusterna bland både krigförande och civila, var också en stor anledning till att det demokratiska partiet återtog makten över både representanthuset och senaten vid USA:s mellanårsval i november.

Det extremt farliga säkerhetsläget i framför allt Bagdad-området, har gjort att SVT - förutom resor till den av kurder styrda, norra delen av landet - har varit hänvisat till externt byråmaterial (kompletterat av vissa frilansinsatser) i bevakningen av konflikten i Irak.

Utvecklingen i skilda delar av Mellanöstern dominerade nyhetsrapporteringen generellt under 2006. I början av året hamnade helt oväntat relationerna mellan Skandinavien och Mellanöstern i fokus, genom striden kring de s k Muhammed-teckningarna, en konflikt som också ledde till en omfattande europeisk debatt kring yttrandefrihetens eventuella gränser, en debatt som delvis fortfarande pågår.

I början av året genomfördes också parlamentsval i de palestinska områdena, ett val som fick till följd att det islamiska partiet Hamas fick en klar majoritet av rösterna. Men USA och EU valde att i princip negligera den nya Hamas-regeringen, och fredsprocessen gick i stå under året. I det israeliska valet under våren klarade sig Ariel Sharons efterträdare Ehud Olmert och hans Kadima-parti oväntat bra i den oklara situation som uppstått efter Sharons svåra sjukdom. En center-vänsterregering bildades, som dock först tvingades hantera det låsta läget med Hamas-regeringen och som sedan förde in landet i ett krig med den islamiska rörelsen Hizbollahs milisstyrkor i södra Libanon. Libanon-konflikten ledde till en kraftsamling för SVT:s utrikesgrupp, med korrespondenter och utsända på bägge sidor av den israelisk-libanesiska gränsen under juli-september.

I Europa låg det mera nydanande, strukturella reformarbetet i dvala, efter ett nej till den nya författningen i folkomröstningar i både Frankrike och Nederländerna. EU fick dock

vid årsskiftet 2006/2007 två nya medlemmar i Bulgarien och Rumänien, medan förhandlingarna med Turkiet var mera problematiska. En alltmer omdebatterad fråga för medlemsländerna, inte minst för sydeuropeerna, var migrationsvågen från Väst- och Nordafrika, bl.a. skildrad i SVT:s nyhetsdokumentär i december.

En utveckling av mera positiv art var det allmänna val som trots allt genomfördes i Kongo-Kinshasa. SVT var där och liksom vid valet i Venezuela och rapporteringen från Afghanistan under senhösten, så användes en Internet-överföring av både inslag och direktmedverkan av de utsända, en teknik som på sikt kan komma att revolutionera inte minst de ekonomiska förutsättningarna för att rapportera från länder utanför Europa/Nordamerika/Mellanöstern.

Den första testorten för en sådan teknik var Peking, där korrespondenten nu på ett helt annat sätt kan förekomma i direktsändning i en rad olika program. Kinas fascinerande tillväxt som en ekonomisk/politisk gigant, var ett återkommande inslag i SVT:s utrikesbevakning 2006

### ***Nyhetsorganisationen***

Vid årsskiftet 2005/2006 blev SVT Text/webb en del av Rapport inom enheten Nyheter och Samhälle, med Rapportchefen som ansvarig utgivare. I början av hösten flyttades text/webb-redaktionen så att den placerades geografiskt i direkt anslutning till Rapport för att ytterligare underlätta för skapandet av en on-lineredaktion.

Under andra halvåret 2006 tillsattes en Nyhetsutredning av VL. Utredningen är den mest omfattande som någonsin genomförts och omfattar hela SVT:s nyhetsverksamhet.

Avsikten är att Nyhetsutredningen under februari 2007 ska ge förslag till hur nyhetsverksamheten bäst ska organiseras framöver med hänsyn tagen till publik, utbud, resurser och utveckling.

### ***Nyhetsutbudet inom Eurovision News, EVN***

De 71 medlemmarna i EBU (European Broadcasting Union) har ett dagligt utbyte av nyhetsbilder genom Eurovision News, EVN. Medlemskapet i EBU ger möjlighet att använda nyhetsinslag som andra medlemsbolag producerat och överlämnat till EVN. Under 2006 utväxlades, enligt EBU:s preliminära beräkning, ca 43 000 inslag inom EVN. I denna siffra ingår nyhetsinslag från systerorganisationen ABU (Asiavision), associerade bolag i USA och TV News Agencies, Reuters och APTN, som samarbetar med EBU och bevakar hela världen.

Inom det regionala utbytet, ERN-N, som är en del av EVN-utbytet, utväxlades 1 584 inslag under 2006. I ERN-N deltar DR i Danmark, NRK och TV2 i Norge, RUV i Island, YLE i Finland och SVT.

## **6.3 Fiktion och Långfilm**

*Nyskapande programinnehåll skall främjas, i såväl inköp som i SVT:s egen skapande verksamhet. Det utländska programutbudet skall spegla olika kulturkretsar och i större omfattning än hittills innehålla program från olika delar av världen. Program om och från de nordiska grannländerna skall sändas i syfte att stärka den nordiska kulturgemenskapen (sändningstillståndet 11 §).*

Programkategorin Fiktion/Långfilm är den näst största i SVT:s utbud. År 2006 minskade utbudet med 1 procent eller 24 timmar och uppgick till totalt 2 125 timmar. I

den nya kodningen av utbudet görs en tydligare skillnad mellan producerat Drama, biografvisad film samt inköpta program som producerats direkt för tv-mediet. Den biografvisade Långfilmen har ökat i volym från 819 timmar 2005 till 857 timmar år 2006 (tabell 6 b)<sup>15</sup>. Övrig Fiktion har minskat. Jämfört med 2001 har fiktionsutbudet ökat med 31 timmar eller 1 procentenhet (tabell 6 a och 6 b).

År 2006 var ett mycket bra år för den svenska tv-dramatiken på SVT. Vi hade ett stort utbud som togs emot mycket väl av både publik, media och på olika tv-festivaler.

På måndag 20.00 – som är SVT:s viktigaste slot för drama – hade vi stor framgång med *Kronprinsessan*, *Möbelhandlarens dotter*, den absolut sista omgången av den folkära serien *Hem till byn*, *En uppstoppad hund* och *Mästerverket*. Alla serier med stor konstnärlig integritet och av hög kvalitet. Serier som i alla avseenden bidrar till att SVT uppfyller sitt public service-uppdrag.

Under året sändes också långserien *Poliser*, egenutvecklad spänningsdramatik som väckte stor uppmärksamhet och fick ett stort publikt gensvar.

Vidare gjordes en satsning på kortare thriller serier med *En fråga om liv och död* och *Den som viskar*, som behandlade problematiken om att vittna i ett brottsmål samt den otäcka verkligheten bakom pedofili.

På humorsidan hade SVT detta år ett volymmässigt stort utbud. *Kvarteret Skatan* återkom, bl.a. med en julspecial och *Nisse Hult* och *Mäklarna* drog stora publikskaror och uppskattades av tittare i alla åldrar.

Två specialsatsningar är värda att nämnas: konstnären Ernst Billgrens serie *Kommittén* om livet och myterna i den svenska konstvärlden och *Cuppen*, en samproduktion med det sydafrikanska tv-bolaget SABC som mot bakgrund av aidsproblematiken i Sydafrika, på ett både allvarligt och lättsamt sätt, skildrar två svenska pojks möte med denna annorlunda kultur.

Dramaåret avslutades med ett stort historiskt spektakel – *Snapphanar*. Äkta matinékänsla med äventyr, kärlek och action.

SVT var samproducent för den danska serien *Krönikan* som fortsatte detta år samt den norska kriminalserien *Sejer – svarta sekunder*.

Novellfilmssatsningen som SVT, Filminstitutet och Film i Väst gör, fortsatte och resulterade i visning av en rad nya filmer, en framgång som inte nog kan uppmärksammas.

Under 2006 förekom som vanligt överföringar från olika scener i Sverige liksom egna uppsättningar av teater, dans och musikdramatik. Som exempel kan nämnas operan om Franz Kafka, *K. Beskrivning av en kamp* från Göteborgsoperan och dansföreställningen *Havfruen* i samarbete med Dansens Hus, Cirkus Cirkör och danska Teater Kaleidoskop.

### **Inköp**

Inköpta utländska dramaserier spände över hela det publicistiska fältet, från populära serier som *Morden i Midsomer* och *Kommissarie Lynley*, via intelligent samtidsdramatik som *Vita huset* och *Veronica Mars* och lågmält vardagsdrama som sydafrikanska *Yizo Yizo* till högprofilerad tv-konst som den brasilianska serien *Människornas stad*.

Liksom tidigare år präglades SVT:s långfilmsutbud inte bara av bredd och mångfald, utan också av djup: stort avseende har fästs vid tematiska satsningar och serier. Till exempel visade SVT sommaren 2006 en serie med amerikansk 70-talsfilm och en serie

<sup>15</sup> Långfilm har ej särredovisats i kodningen före 2006.

om sex långfilmer och åtta kortfilmer av den franske regissören François Ozon, vidare serier av Jean Luc Godard, Tom Tykwer, Oliver Hirschspiegel och Roy Andersson samt serier om Fred Astaire och rollfiguren Tom Ripley.

Under 2006 visade SVT 496 långfilmer. De flesta kommer från Sverige, övriga Norden, USA och England, men också från länder som Albanien, Argentina, Australien, Belgien, Bosnien-Hercegovina, Brasilien, Egypten, Estland, Frankrike, Holland, Hongkong, Indien, Iran, Israel, Italien, Japan, Kanada, Kina, Libanon, Luxemburg, Mexiko, Polen, Ryssland, Slovenien, Spanien, Tyskland och Vietnam.

#### 6.4 Musikutbudet

Totalt sände Sveriges Television 353 timmar Musikprogram. Det var en minskning med 73 timmar eller 17 procent jämfört med 2005. Det bör noteras att Musikutbudet ökade nästan i motsvarande grad 2005 jämfört med 2004. Sedan 2001 har musikutbudet minskat med 47 timmar eller 12 procent. En tydligare gränsdragning mellan klingande musik och t.ex. musikdokumentär är en del av förklaringen till den lägre nivån detta år (tabell 6 a och 6 b).

Musikutbudet inom ramen för *Veckans konsert* erbjuder program året runt i genrer klassisk och nutida konstmusik, jazz, world och folkmusik. Av vår- och höstsäsongens sändningar var runt hälften inköpta program. Åtta program producerades av SVT Nord, SVT Väst, SVT Mellan och SVT Syd. Övriga tolv program producerades av Kultur&Musik/NoS, som också ansvarar för tablåsättning av *Veckans konsert* och den nödvändiga samordningen mellan SVT:s olika enheter. Under sommaren dominerade de inköpta programmen.

Som en unik ouvertyr för musikåret 2006 erbjöd SVT *Tolv timmar Mozart* fredagen den 27 januari – själva 250-årsdagen för Mozarts födelse. Utifrån ett internationellt erbjudande via EBU gjorde SVT sin egen Mozart-tablå under morgon, middag, kväll och natt; med "Mozart-soffa", programvärd och gäster. Flera program sändes under prime time, dvs fredagkväll i SVT1.

Utgivningen vill spegla bredden och spetsen inom svenskt och internationellt musikliv. Efter 2006 års *Trettondagskonsert* med världsstjärnorna Nina Stemme och Bryn Terfel i Berwaldhallen följde t ex en musikalisk "road movie" från Västerbottens inland med gitarristen Johan Norberg och saxofonisten Jonas Knutsson. Legendaren Birgit Nilssons död uppmärksammades med en snabbt producerad highlights-konsert ur SVT:s rika arkiv – samt givetvis med repris av *Världens bästa Nilsson* från 2005; ett program som för övrigt utmärktes som bästa kulturdokumentär vid 2006 års Prix Italia.

Vartannat år håller Eurovisionen sin tävling för *Young Musicians*; i SVT med svensk uttagning i *Unga musiker* – en sedvanlig och uppskattad produktion från SVT Syd och Helsingborgs Symfoniorkester. För första gången resulterade detta i svensk seger i *Young Musicians!* Vinnande 18-åriga cellisten Andreas Brantelid sågs inte bara av miljoner tv-tittare, utan också av en 40.000-hövdad utomhuspublik på plats i Wien.

Veckans konsert är ofta ett samarbete med eller transmission från kulturinstitutioner och arrangörer runt om i landet. Kung Carl Gustafs 60-årskonsert sändes direkt från festligheterna på Slottet, och två veckor senare var det dags för en liten judisk-romsk musik-cabaret från en scen i Gubbängen.

Mångfaldsåret har i SVT:s egenproduktion speglats med bl a sändningar från Re:Orientfestivalen och minoritetssångfestivalen i Östersund. En ambition som inte

inskränker sig till 2006, liksom inte heller avsikten att fokusera kvinnor på mansdominerade arenor. Särskilt under hösten presenterades många kvinnliga musiker, sångare och kompositörer i program som *Dirigenten Simone Young*, *Saxofonisten och bandledaren Sofi Hellborg*, *Passioner*, *Electronicabandet Midaircondo*, *Wagner och gudinnorna*, *Sjostakovitjs stråkkvartett nr 8 med Indrakvartetten*.

*Tittarnas önskekonsert* inkluderade denna gång ett unikt samarbete mellan tittare, webben och fyra kompositörer! Genom att välja mellan olika ”parametrar” såsom ”vemodig-frejdig”, ”tretakt-fyrtakt” osv, sammanställdes tusentals röster till en mall för *Svenska folkets önskesymfoni*, som kompositörerna Olof Helge, Paula af Malmborg, Daniel Nelson och Jon Rekdal fick i uppdrag att på kort tid exekvera till tre minuter långa orkesterpartitur. Tillsammans med programledaren Kattis Ahlström och Sveriges Radios Symfoniorkester under Stefan Solyoms ledning kunde de presentera sina – och tittarnas! – verk för Skansens och SVT:s publik.

Under hösten sändes en ny, genrelös musikprogramserie – *Musikministeriet* - som i åtta temabaserade avsnitt tog sig an några av musikens stora frågor. *Musikministeriet* är ett nyfikat och experimenterande musikprogram som ifrågasätter invanda föreställningar, myter och fördomar kring all typ av musik. Bland gästerna kan nämnas Wayne Coyne (The Flaming Lips) Thorleifs, Pink, E-type och Laleh.

Carl Tofft, producent för *Musikministeriet*, fick Stora Journalistpriset 2006 som årets förnyare.

## 6.5 Nöjesutbudet

*SVT skall tillvarata och utveckla televisionens särskilda förutsättningar att ge upplevelser och stimulera fantasin och därigenom ge möjligheter till inlevelse, engagemang och förströelse (sändningstillståndet 11 §).*

Underhållningsprogrammen är en viktig del av SVT:s samlade programutbud. Genom att erbjuda skratt, musik, dans och spännande tävlingar i olika former, på ett engagerande och underhållande sätt, medverkar SVT till att utveckla den svenska populärkulturen. Genom att blanda nytt och traditionellt, med mångfald av uttryck, ämnen och medverkande, vill SVT skapa upplevelser för olika målgrupper med varierande intressen.

Utbudet kan delas in i kategorierna Helgnöje, Evenemang, Humor och Underhållande fakta. Helgnöje är det som samlar många och erbjuder alla artisteri, humor och aktualitet av hög kvalitet. Evenemangen är en bild av Sverige och populärkulturen. Underhållningsfakta är folkbildning med knorr. Med Humor byggs broar och gemenskaper i vårt mångkulturella Sverige.

Under det stora val- och sportåret 2006 satsade SVT väsentligt mindre resurser på nöjesprogrammen. Trots detta förefaller utbudet ha ökat väsentligt. Totalt sände SVT under 2006 1 115 timmar nöjesprogram, och det utgjorde 12 procent av det totala utbudet. Detta var 138 timmar eller 14 procent mer än året innan och 388 timmar eller 53 procent mer än år 2001. De två nya kategorierna Underhållningsfakta och Sitcom står för 346 respektive 40 timmar eller sammantaget 35 procent av nöjesutbudet år 2006. Blandat nöje har minskat med 45 timmar medan Artistshow ökat med 17 timmar. I övrigt måste man konstatera att jämförbarheten i kvantitativa termer bakåt i tiden försvåras av den förändrade kodningen. (tabell 6.a och 6.b).

## **Helgnöje**

En del av nöjesutbudet riktar sig till många och har publikmål på över miljonen tittare totalt. Att med ett brett anslag utan kommersiella kopplingar attrahera många samtidigt är ett viktigt mål för SVT:s titlar som *Så ska det låta*, *På spåret* och *Melodifestivalen*. Till denna kategori räknas även *Allsång på Skansen* på sommartisdagar.

Till dessa kända och klassiska programtitlar, med stort publikt gensvar (över 2 miljoner tittare) har nu *Doobidoo* etablerats efter sin andra säsong på fredagskvällarna.

För förnyelse på lördagskvällarna stod nya *Högsta Domstolen* och ett utvecklat *Folktoppen* i sin andra säsong. Inget av programmen lockade tillräckligt stor publik för att få förnyat förtroende under 2007. För de yngre tittarna sändes bland annat *Amigo*, *Fredagsröj* och *Lilla Melodifestivalen*.

Under det stora val- och sportåret 2006 satsade SVT väsentligt mindre resurser på nöjesprogrammen vilket bland annat betydde att *TV-huset* ej sändes tidiga söndagskvällar under hösten 2006, och att ingen ny realityserie tog vid under hösten efter *Riket* som avslutades våren 2006.

Melodifestival-sajten på svt.se är ett gott exempel på hur ett webbunikt innehåll kan locka en stor publik. Under maj månad 2006 var trafiken på Melodifestivalens webbplats 270 procent högre än motsvarande månad 2005. Sajten var ett bidragande skäl till att Melodifestivalens säsong på nätet förlängdes ända fram till sommaren. Melodifestivalen bidrog till en 150- procentig ökning av den totala trafiken under februari-mars samt maj 2006 på svt.se:s kultur & nöjesavdelning jämfört med 2005

## **Evenemang**

Bland de många evenemangen 2006 kan traditionsenligt *Filmgalan*, *Idrottsgalan* och *Nobel-festligheterna* nämnas med sedvanligt stor publik. Tradition har även *P3-Guldgalan* från Storan i Göteborg i samarbete med Sveriges Radio blivit. Till nyheterna under året kan *Testa ditt val* och *SVT-50 år* nämnas. *Testa ditt val* var ett sätt att i underhållande form ta tempen på det stundande riksdagsvalet med enkäter på nätet och mätning av studiapublikens åsikter. *SVT 50 år* var en storslagen gala i Globen med nyskrivet och arkivmaterial för att hylla alla som medverkat under åren och visa upp 50 års mångfald. *Tillsammans för Världens barn* noterade insamlingsrekord till Radiohjälpen, och kungens 60-årsdag kombinerades med Valborgsfirandet.

## **Underhållande fakta**

2006 fortsatte *Go'kväll* på förkvällen, tisdag till fredag, att i magasinsform från Norrköping och Umeå blanda kultur, nöje och fakta/fritid med ökad popularitet i målgruppen 45 år och uppåt. Under hela året har *Go'kväll* lockat en stor och återkommande publik till *Go'kvälls* sajt på svt.se.

Sveriges Radios hårdrocksprogram *Rundgång* blev teve under våren 2006 med en liten men trogen publik på sen kvällstid. Ett fördjupande Musikfakta-program om den numera allmänt omtyckta genren hårdrock.

*Nöjesnytt* (fd. *24Nöje*) med huvudsändning i SVT24 fortsatte under 2006 att etablera sig genom att i kortformat bli en återkommande del av *Gommorron Sverige* i SVT1. Redaktionen producerade också flera specialprogram kring *Melodifestivalen* för sändning i SVT1.

## **Humor**

I en serie på åtta halvtimmar, *Humorlabbet*, fick olika produktionsbolag och upphovsmän bidra med en episod egensinnig humor. Moroten var att det bästa bidraget blir en egen humorserie under 2007. Ett fantastiskt spännande sätt att prova olika program på publiken och hitta morgondagens stjärnor på humorhimmlen. *Kvarteret Skatan* och *Lite som du* fortsatte locka till skratt och eftertanke och Hipp Hipp-gängets *Itzhaks julevangelium* blev en annorlunda adventsserie under december - något som mycket väl kan komma att bli en återkommande tradition i likhet med *Svensson, Svensson*. Från Malmö introducerades *Robins* med ståupparen Robin Paulsson som programledare för ett humor/satirprogram med veckoaktuella ämnen. Programmet återkommer våren 2007 med en ny omgång.

## **6.6 Sportutbudet**

Sveriges Television har som inriktning att förmedla upplevelser, information och nyheter inom sportområdet, på såväl svensk som internationell nivå. Tv-utbudet består av nyheter, magasin och evenemangssport i olika discipliner. Till detta kommer sportsidor på SVT Text, en växande publicering på svt.se samt sportklipp på mobil.svt.se.

SVT satsar på en bred bas med hög kvalitet och sänder därför de stora och därmed mest journalistiskt motiverade evenemangen i många olika idrotter. Evenemangen består av stora mästerskap, vintersporevenemang, årligen återkommande traditionella tävlingar, specialsatsningar på idrotter med svenska profiler och sådana sporter som bedöms vara av intresse för den kvinnliga publiken. Här finns motorsport och ett brett utbud av svensk lagidrott. SVT sände under 2006 totalt 1 052 timmar Sport i SVT1 och SVT2, en ökning med 212 timmar jämfört med 2005 (tabell 6 a och 6 b). Förklaringen är att 2006 var ett stort sportår med vinter-OS i Italien, Fotbolls-VM i Tyskland och friidrotts-EM i Sverige. Alla evenemangen sändes således från Europa med goda möjligheter till mycket sändningstid på dagen och på bästa sändningstid på kvällen.

SVT har under 2006 också varit host broadcaster för, och sänt friidrotts-EM i Göteborg vilket tillsammans med vinter-OS och fotbolls-VM varit årets tre största mästerskap, alla med stort svenskt intresse och en stor, blandad publik både vad gäller kön och ålder. SVT satsade hårt på dessa mästerskap för att ge den stora publiken en ännu större upplevelse, med analyser och fördjupningar, nyheter och närhet, olika perspektiv och initierade kommentarer - allt tillsammans med världens mest dramatiska idrott i en lång rad olika sporter. Under alla tre mästerskapen satsade också SVT på en ökad interaktivitet med tittarna, bl.a. genom att såväl en OS- som en VM-ombudsman fanns med i sändningarna för att vara länken mellan tittarna och evenemanget.

Det har gjorts en fortsatt satsning på att följa världscuperna i längd, alpint och hästhoppning. Bland övriga mästerskap som visades i SVT 2006 fanns VM och EM i simning, VM i bandy, VM och EM i konståkning, EM i gymnastik, VM i innebandy, VM i ridsport samt VM-serien i speedway. Tittarna kunde också följa ishockeylandslaget Tre Kronor i samtliga landskampsturneringar.

SVT sände 2006 i huvudkanalerna också traditionsstarka evenemang som Vasaloppet, DN-galan och Finnkampen i friidrott, Stockholm Open i tennis samt SM-finalerna i lagsporterna bandy, basket, handboll och innebandy.

Många sportgrenar som sällan visas i tv har gått att följa i direktsändning i SVT24. 2006 har SVT fortsatt att utveckla profilen på Sportutbudet i SVT24, med högkvalitativ svensk lagidrott, som inte tillhör de kommersiellt mest gångbara och därmed rättighetsmässigt dyra sporterna. Koncentrerat till helgerna har SVT24 sänt från högsta serier i lagsporter som bandy, basket, handboll och innebandy, och under våren 2006 gjordes en speciell satsning på slutspelet i dessa sporter då matcher sändes 40 dagar i rad.

Sammanlagt sändes 809 timmar Sport i SVT24 under 2006 (tabell 6 c, fördelning på sportgrenar framgår av tabell 6.6 b).

SVT24 har också satsat på att ge ett kompletterande utbud för specialintresserade genom exempelvis världscupen i skidskytte och kompletterande tävlingar i längd och alpint. I kanalen har profiler som Annika Sörenstam och Tony Richardsson sista säsong kunnat följas direkt i LPGA-touren i golf respektive VM-serien i speedway. Vidare har tävlingar med en specialintresserad publik, som Swedish Open och Nordic Light Open i tennis, Bilmästerskapet DTM och kortbane-EM i simning sänts exklusivt i SVT24. Även kompletterande sändningar under ex ridsport-VM, bandy-VM och Stockholm Horse Show har visats i SVT24 för den som vill ha ännu mer av ett visst mästerskap.

SVT har under 2006 fortsatt med den nu etablerade tiden 21.30 i SVT2 som en tid för sportmagasin. Publiken har fått nyhetsaktuella evenemangsprogram, som *Fotbollskväll* med internationell prägel inför fotbolls-VM i Tyskland, *Friidrottskväll* Special inför EM i Göteborg och *Hockeykväll* med aktuella resultat och analyser kring elitserien. I SVT:s uppdrag ligger bevakning och kritisk granskning av händelser, företeelser och trender inom sportvärlden. Detta sker framförallt i nyhetsprogrammet *Sportnytt* som sänds vardagar kl. 22.03 i SVT2, tre gånger per dag i SVT24 på vardagar och 19.45 på lördagar i SVT1 samt 17.50 på söndagar i SVT2. Under 2006 har SVT också lagt ut tre uppdaterade korta *Sportnytt* (15.30, 18.30 och 21.30) på webben (svt.se) samt ett längre senare på kvällen.

Alla vardagar under 2006 har SVT också inom ramen för *Gomorra Sverige* sänt tre *Sportnytt* med sammanfattningar av gårdagens och nattens sporthändelser.

Klassiska magasinet *Sportspegeln* på söndagar i SVT1 innehåller, förutom sportnyheter, också granskning, fördjupning, reportage och intervjuer samt i programpunkten *Stoptid*, en mycket uppskattad historisk koppling.

En annan form av daglig nyhetsbevakning utgörs av SVT Sports text-tv och utbudet på webben och i mobilen (se också avsnitt 5.6 och 5.7). Publiceringarna görs på tre olika plattformar samtidigt, och 2006 blev SVT Sport först med dagliga sportsändningar (*Sportnytt*) på webben sju dagar i veckan.

Sportportalen på svt.se som lanserades 2004, har fortsatt att utvecklas med ett växande antal specialsidor. Här finns, förutom de snabbaste nyheterna, också längre intervjuer med programledare och aktiva, fördjupad nyhets- och statistikservice samt rörliga bilder från i stort sett alla SVT Sports nyhetsinslag. Under 2006 har nyheter som Folkets Kommentator (en interaktiv tävling för publiken där segraren fick kommentera en reprismatch under fotbolls-VM) och *Sladjan Surrar* (ett program separat producerat för webben) varit uppskattade nya steg.

Antalet besökare ökar ständigt. Februari, då både vinter-OS och herrarnas elitserie i ishockey pågick samtidigt, var rekordmånaden med 724 000 unika besökare på sportsidan (tabell 22.10 c).



*Lilla Sportspegeln* för de yngre tittarna, i åldern 3-14, är ett av SVT:s äldsta och mest sedda program. Programmet visar på bredden inom svensk idrott över hela landet och speglar både pojkars och flickors idrottande. Programmet görs av SVT Sports ordinarie medarbetare, och tar barn- och ungdomsidrotten på allvar.

## 6.7 Service

Serviceprogram i form av trailrar, programpresentation och kanalgrafik sänds mellan programmen i syfte att hjälpa publiken hitta de program, kanaler och tjänster som de finner angelägna. De ska också visa på bredden i SVT:s utbud och profilera de olika kanalerna och tjänsterna. I SVT1 och SVT2 ägnades precis som föregående år cirka 2 minuter mellan varje program på kvällstid åt trailrar, presentation och kanalgrafik. På dagtid är andelen serviceprogram större, vilket förklaras med att det vid dessa tider inte alltid visas tablålagda program – istället sänds längre block med grafiska programtablåer och trailrar. I temakanalerna, SVT24, Barnkanalen och Kunskapskanalen, är programskarvarna något kortare med färre trailrar.

Sedan 2005 har det totala utbudet av service i huvudkanalerna inte exakt kunnat mätas. Det är främst tiden för trailrar som har varit svår att fastställa. Vi avstår ifrån att göra någon skattning av tiden i timmar detta år och nöjer oss med att konstatera att programskarven i regel är 2 minuter lång.

Den tid för service som ändå kunnat mätas utgjordes av 31 timmar, varav 24 timmar var pausprogram som används att fylla igen de hål i tablån som då och då uppstår, eller appeller för Radiohjälpen. Övrig tid ägnades huvudsakligen programmet *Anslagstavlan* som är platsen för myndighetsinformation. Tiden för service i temakanalerna mäts inte överhuvudtaget eftersom alla beräkningar där är gjorda utifrån publicerade tablåer.

### **Kanalgrafik**

När SVT Barnkanalen startade 2002 fick den en grafisk profil där flera av programmen fick bära kanalens stil och känsla. Kanalens grafiska uttryck och logotyp hade ett tydligt småbarnstilltal. Genom åren har kanalens innehåll och tablå utvecklats. För små barn (3-7 år) paketeras programmen sedan hösten 2005 av *Bolibompa* och från och med januari 2006 fick Barnkanalen också en tydligare inriktning för de äldre barnen (8-12 år), då den nya inramningen *Bobster* startade på eftermiddagarna. I samband med dessa förändringar förändrades också kanalen sin grafiska identitet. Det tidigare småbarnstilltalet i kanalgrafiken ersattes med en ny grafisk form som var bättre anpassad till kanalens båda barnmålgrupper – de yngre och de äldre barnen. I SVT:s övriga kanaler, genomfördes inga förändringar i grafisk form och profil under 2006.

### **Programpresentation**

Programpresentation förekommer i olika former beroende på kanal och tidpunkt på dygnet. I SVT24 och på dagtid i SVT1 och SVT2 presenteras kommande program enbart med grafiska tablåer. På kvällarna i SVT2 presenteras programmen med hjälp av förinspelat rösthallå och i SVT1 som direktsänt bildhallå. Den 1 november 2006 infördes förinspelat rösthallå efter midnatt även i SVT1 eftersom publiken på natten är liten och programtablån till stor del består av återutsändningar. Resurserna för presentationen anpassas därmed så att programmen på natten presenteras på ett enklare sätt likställt med sändningarna på för- och eftermiddagarna.

**Trailrar**

Trailrar används i huvudsak för att marknadsföra kommande program men också i form av appeller när SVT t ex vill att publiken ska medverka i program eller bidra till insamlingar via Radiohjälpen. Av de två minuter mellan varje program på kvällstid som består av serviceprogram ägnas ca 1 - 1,5 minut åt trailer.

Årets största trailersatsning ägnades åt SVT:s valbevakning som uppmärksammades i flera olika trailerkampanjer från januari till oktober. 2006 var också ett stort sportår i SVT där stort trailerutrymme ägnades åt marknadsföring av Vinter-OS i Turin, Fotbolls-VM i Tyskland och friidrotts-VM i Göteborg.

Precis som under 2005 har det också informerats i trailer om digitalövergången i marknätet. Information om övergången har visats kontinuerligt i trailrar under hela 2006. På dagtid i SVT1 och SVT2 har också en längre informationslinga sänts med mer utförlig information. Runt de aktuella släkningsdatumen har informationen intensifierats och visats direkt riktad till de regionala områden som berörs.

**Kortprogram**

I programskarvarna förekommer även vissa kortprogram. Det kan handla om myndighetsinformation i programmet *Anslagstavlan*, appeller från Radiohjälpen, eller uppmaningar från Radiotjänst att betala tv-licensen. Även andra kortprogram kan komma till användning för att fylla ut längre programskarvar. 24 timmar har under 2006 använts till sådan programverksamhet.

## 7 Program för barn och ungdom i SVT1 och SVT2

*SVT skall ägna ökad uppmärksamhet åt program för och med barn och ungdomar samt i dessa program förmedla kulturella och konstnärliga upplevelser samt nyheter och information. SVT skall ta särskild hänsyn till de språkliga behoven hos barn som tillhör språkliga eller etniska minoritetsgrupper (sändningstillståndet 12§)*

Utbudet för barn och ungdom är centralt i public service-televisionens verksamhet och prioriteras därför högt av SVT. Program för barn och ungdom erbjuds inom genrererna Fakta, Nyheter, Fiktion, Musik, Nöje och Sport. SVT sänder även barn- och ungdomsprogram för etniska minoriteter och funktionshindrade.

Det totala utbudet för barn och ungdom ökade kraftigt genom introduktionen av Barnkanalen julen 2002. Inom ramen för Barnkanalen sändes 2006 hela 3 391 timmar för barn och unga varför huvuddelen av utbudet för dessa målgrupper numera återfinns i Barnkanalen (tabell 6 c). Totalt sände Sveriges Television 818 timmar barn- och ungdomsprogram i de två huvudkanalerna SVT1 och SVT2 under 2006. Det är en minskning med 53 timmar jämfört med 2005. Sedan 2001 har utbudet för barn och ungdom minskat med 80 timmar i huvudkanalerna. En förklaring är att de ungdomsprogram som på försök sänts i SVT2 parallellt med Rapport i SVT1 nu helt har ersatts med servicerepriser av egenproduktion av program på sen kvällstid samt vissa utländska inköp. Under 2006 har en del av resurserna för ungdomsprogram istället använts till försök med sena kvällsprogram för äldre ungdomar.

I förstasändning uppgick utbudet i huvudkanalerna riktat till barn- och yngre ungdom till 327 timmar, en minskning med närmare 90 timmar sedan 2005. De största förändringarna är att Nöjesutbudet för barn och unga fortsätter att öka, medan Fiktion riktad till dessa grupper minskade föregående år. Även Faktautbudet har minskat kraftigt mellan 2005 och 2006. Sedan 2001 har också musikutbudet för unga på eftermiddagar minskat med drygt 30 timmar (tabell 7).

### **Stor variation**

SVT erbjuder ett varierat, engagerande och angeläget utbud för alla barn och ungdomar. Utbudet är gjort med utgångspunkt i barns och ungas villkor och ska stärka deras identitet i ett demokratiskt samhälle. Utbudet är nyskapande och högkvalitativt, och SVT är ett viktigt forum för barns och ungas åsikter i Sverige och världen idag.

Den bredd och variation SVT har i sitt Barn- och ungdomsutbud är unikt i dagens medievärld. Kultur, Dokumentärer, Musik, Underhållning, Sport, Nyheter, Drama inramas och presenteras av engagerade presentatörer som är specialister på att kommunicera med olika barnmålgrupper och som alltid finns på plats för att kommunicera med publiken.

### **Olika målgrupper**

Målgruppskänedom blir allt viktigare för framgång med utbudet för barn och unga. Från och med 2006 arbetar SVT med följande generella indelning av sin yngsta publik:

- Barn: förskolebarn 3-6 år, lågstadiebarn 7-9 år, mellanstadiebarn 9-12 år (13-14).
- Ung: 15-24 år – en obunden, oetablerad, kommersiellt intressant publikgrupp. Indelningen är en viktig grundförutsättning för att SVT ska kunna erbjuda barn och unga olika sorters utbud som utgår från deras utvecklingsbehov och mognad.

År 2006 sände SVT barnprogram i SVT1 måndag till lördag kl. 18.00-19.30 och söndag kl. 18.00-18.30. Kvällsblocket hade en tydlig profil med program för barn upp till 6 år kl. 18.00-18.30, program för 7-9-åringar kl. 18.30-19.00 och program för de stora barnen 9 – 12 (13 – 14) måndag till fredag kl. 19.00-19.30. På lördags- och söndagsmorgnar sändes barnprogram på svenska med start kl. 08.00, följt av program på teckenspråk och program för barn med samiska, finska och tornedalsfinska som första eller andra språk. Helgförmiddagarna innehöll dessutom repriser av några av veckans barnprogram.

När det gäller program för de lite äldre ungdomarna, 15-24 år, så har SVT under 2006 tagit det första steget mot att ge ungdomarna en egen sändningstid senare på kvällen. Detta skedde med relationsprogrammet *Raggadish*, som fick en äldre målgrupp och en senare sändningstid i SVT2, kl 20.00, och med det alternativa underhållningsprogrammet *Bingo Royale*, som sändes lördagar 22.15.

### ***Bolibompa för de små***

*Bolibompa* har sedan 1987 varit ramen och kvalitetsmärkningen för SVT:s program för de mindre barnen och har sedan långt tillbaka sina egna programpresentatörer. Det är ett specialproducerat barnhallå, som vid behov kan kommentera dagshändelser och hjälpa barnen att bearbeta inslag i det stora nyhetsflödet. Barnhallå håller kontakt med sin publik via telefon, e-post, fax och brev och via videokiosken på Bolibompas websajt. Förutom i SVT1 kl 18.00 – 19.00 inramar Bolibompa också utbudet i Barnkanalen och är därmed SVT:s varumärke för småbarnsutbudet oavsett publiceringsform. Detta skapar en tydlighet och synlighet kring allt SVT gör för förskole- och lågstadiebarn.

Den första halvtimmen i barnblocket, riktade sig till de yngsta och innehöll program som *Bjørnes Magasin*, *Lisas sagoshow*, *Bella och Teo*, naturprogrammet *Myror i brallan*, den norska dramaserien *Linus i Svingen* samt nya avsnitt av den svenskproducerade dockserien *Höjdarna*. Värt att nämna särskilt är det egenproducerade historiprogrammet *Dra mig baklänges!*, där vi på ett underhållande sätt skildrar historien för små barn.

Musik och kultur har SVT bla sänt i: *Känsliga bitar* och *Världens största kör* samt musikvideor om viktiga saker med *Mago och Lillbobs*, sagor *Mamma Mu*, *Bettan* och *Goliat*.

Exempel på Barndokumentärer är *På Kulan* och *Hej Kropp* samt inköp som *Piggley Winks äventyr*, *Meg och Mog*, *Fifi och blomsterfröna*, *Yoko Yakamoko*, *Toto* och *Pingu*.

SVT sände också animationer som *Nasse*, *Sagoberättaren*, *I huvudet på ungar*, *Pettson och Findus*, *Lilla Spöket Laban* och *Jack och Pedro*.

Den andra halvtimmen i *Bolibompa*-blocket 18.30 – 19.00, som primärt vänder sig till lågstadiebarnen innehöll under 2006 en rik variation av svenskproducerade titlar som inredningsprogrammet *Byggpatrullen*, pysselprogrammet *Klister*, Faktaprogrammet *Evas Funkarprogram* som är en fristående fortsättning på det på Prix Jeunesse-belönade programmet *Evas vinterplåster*. Naturprogrammet *Vildmark*, nya avsnitt av vetenskapsprogrammet *Hjärnkontoret*, som år efter år vinner pris som Sveriges bästa barnprogram.

18.30-tiden har också innehållit repriser av klassiskt och högkvalitativt fiktionsutbud som *Allt och lite till*, *På Teatern - Shakespeare för barn*, *Den vita stenen* och *Vintergatan*. Några av Astrid Lindgrens klassiska dramaproduktioner sänds så gott som

varje år i SVT. *Madicken*, *Pippi Långstrump*, *Emil i Lönneberga* och *Bröderna Lejonhjärta* är en viktig del i den svenska barnkulturhistorien.

### ***Bobster för de större***

Det blir allt viktigare att SVT-utbudet varje år utvecklas utifrån hur barnen lever sitt liv i Sverige nu. Ökad konkurrens med de kommersiella barnkanalerna ställer stora krav på att public service-utbudet för barn förhåller sig tydligt till sina olika målgrupper.

Därför har de stora barnen, 9–12-åringarna, från och med våren 2006 fått en helt egen plats i SVT:s tablå kl 19.00 – 19.30, måndag – lördag. Målgruppen har i *Bobster* fått ett eget hallå med egna programledare, som är en sorts *Bolibompa* för de större barnen. *Bobster* ramar in utbudet för de stora barnen både i SVT1 och i Barnkanalen.

Konceptet är utvecklat för att vara helt flermedialt och finns alltid på webben. *Bobster* har egna programledare med ett annat tilltal än kollegerna i *Bolibompa*. Konceptet bygger mycket på interaktion med publiken, och en stor del av innehållet i *Bobster*, både på tv och på webben, är användargenererat.

Några av SVT:s klassiska program har i och med denna förändring fått en senare sändningstid, med uppdrag att vässa tilltalet och att anpassa innehållet till den äldre barnmålgruppen. Detta gäller tex *Lilla Aktuellt* och *Lilla Sportspegeln*.

Flera av programmen för de större barnen innehöll Faktamaterial och Nyheter såsom *Lilla Sportspegeln*, SVT Sport, *Lilla Aktuellt*, SVT Nyheter, *Vi i Femman*, SVT Mellan. 19.00-tiden har också innehållit två nya produktioner för målgruppen: Samhällsprogrammet *Rebellen*, SVT Väst, och relationsprogrammet *Kärleksagenterna* och friidrottsdramaserien *Vinnarskallar*, båda producerade av SVT Fiktion.

*Lilla Aktuellt* fortsätter att utöka sin nyhetsverksamhet för de stora barnen och sänder sedan hösten 2005 två gånger i veckan i tv. På *Lilla Aktuells* sajt på svt.se finns också sedan hösten 2006 webbnyhetssändningar för barn varje vardag.

2006 fattade SVT, NRK och DR tillsammans beslutet att gå ur det europeiska samarbetet kring *Lilla Melodifestivalen*. Evenemanget växer för varje år, och det har varit svårt att behålla barnperspektivet. Det viktigaste med evenemanget i ett public service-perspektiv är att på olika sätt stimulera och uppmuntra barns kreativitet och inte i första hand tävlingsmomentet. Danmark, Norge och Sverige arrangerade istället en nordisk final, som mer relaterar till barns villkor och de värderingar som SVT vill att evenemanget ska bära. *Lilla Melodifestivalen* är en stor begivenhet för barn både nationellt och inom Norden. Uppmärksamheten, publiken och antalet inskickade bidrag slog återigen nya rekord. Websajten hade mer än dubbelt så många besökare som under 2005. SVT:s webbsatsningar för barn och ungdomar går i särklass bäst av alla SVT:s sajter. Att kommunicera och att använda innehåll på olika plattformar är en självklarhet för barn och unga idag. Det blir också allt vanligare att barn och unga bidrar med allt mer eget innehåll via webbsajter och telefoner.

### ***Julkalendern***

Sveriges Television sänder sedan 1960 en egenproducerad julkalender. 2006 producerades julkalendern *LasseMajas detektivbyrå* av SVT Fiktion. *LasseMajas detektivbyrå* byggde på några av Sveriges just nu populäraste barnböcker. Julkalendern fanns även, som förra året, på svt.se och slog många rekord när det gäller besök på webbsidorna för barn. Andra veckan i december tittades det över 3,9 miljoner videoklipp på svt.se, varav drygt 1,1 miljoner klipp från *LasseMajas detektivbyrå*. SVT:s sändningar på webben används och uppskattas i allt större utsträckning av många

barn och föräldrar - inte minst av de som är bosatta utomlands. Detta blir synligt inte minst med julkalendern.

### **Jul- och sommarlov**

Särskilda satsningar för barn görs under sommar- och jullov. *Sommarlov 2006- Hej hej sommar* producerades av SVT-Syd och sändes varje dag under sommaren och direkt varje fredag, från olika platser i södra Sverige. Publikkontakten var stor, både i programmet och på de platser *Sommarlov* besökte under sommaren. Tusentals barn engagerade sig i programmet, både på plats i verkligheten och via webbsajten.

I *Sommarlov* sändes bl.a. den nyproducerade enkla dramaserien *Emblas hemlighet* samt inköpen *Hydronauterna*, *Flyg 29 saknas*, *Serious Arctic* samt *Serious Amazon*.

2006-års jullovsmorgon var *Häxan Surtant*, SVT Fiktion. Serien samsändes i SVT1 och i Barnkanalen. I jullovsmorgon visades inköpen *Dr Dogg* samt *Den Fabulöst Festliga Farmen*. Efter jullovsmorgon sändes den danskproducerade men svenskdubbede dramaserien *Jesus och Josefín*.

Inom ramen för Nordvisionen och EBU producerades dokumentärer, dramaserier och animationer. Under 2006 sändes nyproducerad familjedramatik *Världarnas bok*, den norska serien *Ullvesommar* samt repriserna *En ö i havet*, *Vera med flera* och spänningsserien *Det Brinner – Laura Trenter*.

Under 2006 utvecklades kvaliteten och målgruppskänedomerna i kända SVT-varumärken som *Bolibompa*, *Myror i Brallan*, *Raggadish*, *Hjärnkontoret*, *Barbacka*, *Lilla Aktuellt*, *Vildmark*. Andra nya titlar under 2006 var *Barbacka äventyr*, ett ridäventyr både om hästar och relationer i Andalusien, *Fredagsröj*, ett underhållningsprogram för barn för 19-tiden på fredagar och dokumentärserien *Hopp, svett och tårar*, SVT-Fiktion, om ett tjejbasketlag.

Inköpt animation för stora barn och yngre tonåringar var bl.a. *Planet* och *Bernard*. Värt att nämna är den inköpta svenska singeldokumentären *Jag älskar livet*, en varm film om en 11-årig pojke med ADHD.

På lördagarna återkom Disney med *Nalle Puh*, *Brandy och Herr Morris*, *Piff o Puff* samt *Lilla Sjöjungfrun*. *Små Einsteins* har sänts på vardagar i *Bolibompa* under hösten.

### **Alla talar inte svenska**

Sveriges Television visade även under 2006 barnprogram för språkliga och etniska minoriteter. *Karamelli* producerades av SVT Finska för finskspråkiga, *Mánáid* av SVT Nord, ett helt nytt modernt magasinprogram för samiska barn som samproduceras med NRK. *Fieteri* för barn med tornedalsfinska (meänkieli) som modersmål fortsatte sina sändningar under året. Även dessa program har under året genomfört ett omfattande utvecklingsarbete. Alla SVT:s minoritetsprogram för barn har en stor publik även bland svensktalande barn.

För hörselskadade barn har SVT sänt småbarnsmagasinet *Tindra*, producerat av SVT Mellan, samt det nya programmet *Sagoträdet*.

*Pi* är SVT:s teckenspråksprogram för lite större barn. Programmet är nu väl etablerat i målgruppen och har en ambitiös strävan att vara så samtida som möjligt. För att skapa bryggor mellan den döva och den hörande kulturen, använder *Pi* både hörande och döva barn som programledare.

### ***Jämställt självklart***

Barn- och ungdomsgenren arbetar metodiskt och medvetet med mångfald som en självklarhet. För barnmålgrupperna i Sverige idag är detta ett faktum. Det syns tydligt när man tittar på SVT:s barnprogram inom alla genrer. Det märks i ämnesval och i var program och reportage är inspelade.

Samma gäller jämställdheten inom programmen. Alla program och redaktioner arbetar aktivt och medvetet för att inte skildra människor och medverkande på ett stereotypiskt sätt. Inom de allra flesta programgenrer ligger barn- och ungdomsprogrammen i SVT långt framme på detta område. Inom det egenproducerade utbudet har SVT 2006 satsat på flera stora serier med flickor i huvudrollen, bland annat i julkalendern *LasseMajas detektivbyrå*, *Bobster*, *Häxan Surtant*, *Dra mig baklänges!* och *Fredagsröj* och dokumentärer som *Yohanna*, *Youhanna*, *Ylva och Draken* och *Hopp, Svett och Tårar*. Alla är de serier med starka, spännande och självständiga flickor i huvudrollerna.

*Lilla Aktuellt* har uppnått total jämställdhet under året när det gäller intervjuobjekt.

### ***Från Drakens värld till Spinn – stort utbud på svt.se***

SVT:s program för barn och ungdomar engagerar publiken både via tv-programmen och webben. På svt.se har SVT fortsatt att ge utrymme åt barn och ungdomar för diskussion och ifrågasättande liksom stimulans av nyfikenhet och interaktivitet. För de yngsta surfarna har SVT satsat på *Drakens värld – Bolibompas* nya sajt. För mellanbarnen har SVT vidareutvecklat Sveriges enda nyhets-webbsida för barn, *Lilla Aktuellt*, där man dagligen kan gå in och ta del av nyheter, som är anpassade för barn. SVT:s unika och ambitiösa webbsida för döva barn, *Teckenlådan*, var även under 2006 välbesökt av både hörande och döva unga surfare.

För tonåringar och ungdomar blir webben ett allt viktigare forum. 2005 bytte SVT:s webbforum *Spinn* målgrupp från yngre tonåringar till 15-19-åringar, vilket medförde en förändring och förnyelse av innehållet. Under 2006 har redaktionen tagit steget vidare och vidgat målgruppen till 15 – 24 åringarna, den obundna, oetablerade publiken.

*Spinn* har för närvarande ca 130 000 medlemmar och har under året slagit rekord i antalet besökare. *Spinn* har under 2006 fortsatt att förbättra de befintliga tjänsterna och även tagit fram nya tjänster som kan bli publikdragare i communityn.

*One Minute Junior* är en europeisk satsning som SVT varit en del av. Ungdomar över hela landet har gjort egna filmer som har publicerats både på svt.se och i SVT1. Hela samarbetet har hittills genererat mer än 500 kortfilmer.

*Lilla Aktuellt* har under året jobbat mer och mer med formen – utvecklat bildspråket och tonfallet och skapat ett nytt tgm-block med webbkoppling. Redaktionen har alltmer frångått den traditionella vuxenvärderingen och börjat sändningen med något som direkt berör barnen. *Lilla Aktuellt* har också tagit fram egna nyheter med en vuxenversion till *Rapport morgon*. Det samarbetet fungerar bra: Rapport får en egen nyhet och *Lilla Aktuellt* får en puff.

*Lilla Aktuellt* har under året tydligare försökt få barns egna röster och kommentarer, har genomfört en egen valdebatt om skolan och har sedan oktober experimenterat med vardagliga sändningar enbart för webben, i princip utan några extra resurser alls. Det experimentet ska utvärderas efter årsskiftet.

Nyhets-tjänsterna på svt.se har utvecklats med tanke på att en stor del av användarna består av ungdomar och unga vuxna.

## 8 Program för språkliga minoriteter

*SVT skall beakta språkliga och etniska minoriteters intressen. SVT:s insatser skall öka under tillståndsperioden. Samiska, finska, meänkieli och romani chib skall inta en särställning (sändningstillståndet 15§).*

*SVT:s resurser till programverksamheten för språkliga och etniska minoriteter ska öka under tillståndsperioden (anslagsvillkoren p.10).*

### **Finska**

Under 2006 var utbudet av egenproducerade Fakta- och Nyhetsprogram på finska oförändrat jämfört med året innan. Stora resurser lades på samhällsmagasinet *Petteri på villovägar*, som sändes under 11 veckor på bästa sändningstid, klockan 20:00 i SVT2, och med två repriser, en på eftermiddagstid och en på sen kvällstid. Utöver dessa program sändes en halvtimmes reportage inför riksdagsvalet, *Duell: röstjägare – soffliggare*.

Nyhetsprogrammet *Utiset* hade oförändrad sändningsvolym under 2006, 38 timmar. Dessutom sändes två 10 minuter långa extraprogram med valresultat i samband med valet.

Det totala utbudet av barnprogram på finska minskade något under 2006. I första hand beror det på att färre inköpta barnprogram sändes och att produktionen av det egenproducerade programmet *Karamelli* minskade något. Däremot ökade antalet inslag om och med sverigefinska barn i reportageserien *T/R* som behandlade barns möten med olika kulturer. Serien sändes inom ramen för *Karamelli* och som eget reprisprogram i SVT1.

Utöver de egenproducerade programmen på finska har SVT sänt 46 program, totalt 45 timmar, som producerats i Finland och anskaffats framför allt genom samarbetet inom Nordvisionen. Under 2006 sändes bl.a. dramadokumentären *Tsarinnans hovdam*, Sportfaktaprogrammet *Skidhjältar på undantag*, kulturfaktaprogram som *En fuga i toner*, *Utlandsfinländares berättelser* och *Lackerarnas Rembrandt*.

På julaftonen 2006 direktsändes för åttonde året i rad den traditionella utlysningen av *Åbo julfred*.

Det totala utbudet på finska minskade under året med 8 timmar jämfört med året innan. Jämfört med basåret 2001 har det finska programutbudet ökat med 14 timmar (tabell 8).

### **Samiska**

Utbudet av program på samiska uppgick till 59 timmar under 2006. Det är en minskning med 8 timmar jämfört med 2005, men en ökning i förhållande till basåret 2001 med 19 timmar (tabell 8). Minskningen 2006 rör utbudet av egenproducerade Faktaprogram, som var större under 2005 i samband med valet till Sametinget.

De egenproducerade barnprogrammen ökade under 2006 med 7 timmar medan inköpta barnprogram minskade lika mycket. Därigenom har kvaliteten på utbudet av samiska barnprogram höjts väsentligt.

Nyhetsprogrammet *Oddasat* sändes i samma omfattning som 2005. Skillnaden i sändningstid, 2 timmar, förklaras av att programmet inte sändes under två veckor i juni på grund av strejk på det norska radio- och tv-bolaget NRK. *Oddasat* produceras i samarbete mellan SVT, NRK och finska YLE och programmet avvecklas från Norge.



***Meänkieli***

Utbudet av program på meänkieli (tornedalsfinska) uppgick till totalt 10 timmar 2006. Det var en ökning med 4 timmar jämfört med 2005 och med 6 timmar jämfört med basåret 2001. Hela ökningen förklaras av att de nyproducerade barnprogrammen också sändes i repris, vilket inte skedde 2005.

***Romani chib och jiddisch***

Under 2006 sände SVT inte några program på romani chib eller jiddisch. Däremot sändes i december 2006 programmet *Liet – Lávlut*, en sångfestival för minoriteter, där representanter för elva minoritetsspråk tävlade med musik på sina egna språk, däribland samer, romer och tornedalingar. Den totala sändningstiden var 2 timmar (tabell 8, blandade min.språk).

Härutöver sändes i *Veckans konsert* en musikalisk kabaré, *På scenkanten* i samarbete med Moment: Teater i Gubbängen med sånger på svenska, romani chib och jiddisch.

***Överenskommelse***

I fråga om program för språkliga och etniska minoriteter får SR, SVT och UR sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser. Bolagen slöt en sådan överenskommelse för 2006 och avser att förnya den för 2007. Enligt överenskommelsen ska SR bland annat uppmärksamma jiddisch i sitt programutbud.

## 9 Program för funktionshindrade

*SVT skall beakta funktionshindrades behov. Minst 50 procent av sändningstiden för förstagångssändningar med svenskt ursprung bör vara textad vid tillståndperiodens utgång. Programverksamheten för döva skall främst riktas in på nyheter, information och kulturprogram på teckenspråk. Barn och ungdomar ska särskilt prioriteras (sändningstillståndet 14 §).*

Sveriges Televisions insatser för funktionshindrade utvecklas efter två huvudlinjer. Den ena är att göra programutbudet i dess helhet mer tillgängligt för människor med olika funktionshinder, i första hand genom att förbättra servicen för hörselhandikappade och döva. Den andra är att sända program som till innehåll och utformning vänder sig till särskilda grupper.

Textning av program av svenskt ursprung i förstasändning i SVT1 och SVT2 uppgick 2006 till 3 272 timmar, vilket var 10 timmar mer än året innan. Andelen textade program var 57 procent (tabell 9 b).

Under 2006 har SVT satsat på att texta årets stora sportevenemang: vinter-OS, fotbolls-VM och friidrotts-EM. Strängt taget ställer SVT:s sändningstillstånd inga krav på textning av sportevenemang om sändningarna produceras utanför Sverige. Endast studiodelarna av sändningarna räknas in i den textningssiffra som sändningstillståndet ställer krav på, och det är också i första hand de delarna som har textats vid evenemangen ovan. Härutöver har SVT emellertid även textat samtliga svenskmatcher samt slutspelsmatcherna under Fotbolls-VM. Trots att dessa inte räknas in i textningssiffran valde SVT att texta dem med hänsyn till matchernas stora publikintresse.

Under valet, som var det stora tv-evenemanget under hösten, textades samtliga sändningar, både i direktsändning och repriserna. I valets efterdyningar textades flertalet av de presskonferenser som sändes unikt i SVT2.

Årets textningsatsningar har främst riktats mot evenemangen ovan, varför de endast delvis syns i textningsstatistiken. Utöver dessa har kraft lagts på att konsolidera de ökningarna som började genomföras 2005, med fortsatt fokus på utökad service och textning av fler direktsända program.

Utbudet på teckenspråk från SVT Leksand ökade under valåret 2006 till 110 timmar, varav 18 timmar teckentolkning av SVT:s valprogram och valvaka (tabell 9a). *Nyhetstecken* sändes alla vardagar och magasinet *Perspektiv* en gång i veckan. Barnprogrammet *Teckenlådan* lades ner efter 400 sändningar och ersattes med *Sagoträdet* i *Bolibompa*-blocket i SVT1. *Pi* sändes för större barn i *Bobster* (tabell 9 d).

*Sagoträdet* och *Pi* utvecklade under 2006 sina tjänster på svt.se. För små barn utvecklades webben med tanke på att de inte är läskunniga och är därför beroende av ett visuellt språk. Webben för båda barnprogrammen skapar ett mervärde utöver tv-programmen, bl a videokiosk för mellanstadiebarn.

För *Nyhetstecken* togs ett nytt publiceringsverktyg fram i samarbete med SVTi och Gävledala för publicering av nyheter på teckenspråk på webben. Tjänsten medför ett mervärde i form av nyhetsförklaringar, ordlistor, presentation av nya regeringen mm, allt på teckenspråk. *Nyhetstecken* fanns under hela året tillgängligt även i 3G-mobiler, samt i podd-tv.

*Perspektiv* bevakar samhälle och kultur ur dövperspektivet. Döva konstnärer runt om i Europa har presenterats, SVT har besökt dövas kulturfestival och varit med på en guidad visning för dövblinda på Medelhavsmuseet. Även begreppet musik har gjorts begripligt genom talangfull tolkning av Melodifestivalen i Leksand.

Utbudet på teckenspråk har sedan 2001 ökat med 42 procent (tabell 9 a). Under tillståndsperioden har tillgången på nyheter på teckenspråk förbättrats både i form av ökad sändningstid och via webben. Faktautbudet med aktualiteter och kultur har ökat med 255 procent i sändningstid. Barnprogrammen på teckenspråk har ökat med 49 procent medan program som främst riktar sig till ungdomar har minskat från 9 timmar till 0 (tabell 9 d).

För den yngre publiken har SVT Leksand satsat på förbättrad tillgänglighet via webben: med hjälp av det nya publiceringsverktyget har nyhetsutbudet på svt.se utökats med 50 procent; *Nyhetsstecken* var det första nyhetsprogrammet på 3G-näten, och programmet är även med i försöket med podd-tv. Flera idéer om program med ungdomligt innehåll är under beredning.

## 10 Folkbildning

*SVT skall beakta programverksamhetens betydelse för den fria åsiktsbildningen och i skäligen omfattning tillgodose olika intressen i fråga om bl.a. religion, kultur och vetenskap. Programutbudet skall som helhet präglas av folkbildningsambitioner (sändningstillståndet 8§).*

Genom att ge plats för samtal och åsiktsutbyten och utrymme för empati och gemensamma upplevelser skapar SVT delaktighet för publiken i olika frågor och skeenden i samtiden. Public service-televisionen är ett hjälpmedel, som ger tittarna nya insikter och kunskaper och därigenom möjligheter att orientera sig i samhället. SVT fyller sin folkbildande roll i det samlade programutbudet och bidrar därmed till att stärka medborgarnas möjlighet att vara med och påverka sin framtid.

Sveriges Television tog under 2004 ytterligare ett steg i utvecklingen av folkbildningsuppdraget. Då startade den digitalt distribuerade temakanalen Kunskapskanalen, som är ett samarbete med Utbildningsradion och syftar till att stärka folkbildning och utbildningsutbud i medielandskapet. Kunskapskanalens innehåll ska, som namnet anger, vara kunskapsberikande och stimulera till sökande efter ny kunskap. Sedan slutet av januari 2006 sänder kanalen alla dagar i veckan kl.18.00-23.00. Se vidare avsnitt 5.5.

I SVT:s samlade utbud erbjuder mångfalden av nyhetsprogram liksom de olika granskande och debatterande samhällsprogrammen information av folkbildande karaktär. Detta gäller inte minst den mångsidiga genomlysningen av vårt politiska system i samband med valet 2006 (se avsnitt 11). Genom att aktuella händelser speglas utifrån olika perspektiv får tittarna tillgång till en bred kunskapsbas.

Jubileumsåret 50 år svensk television gav flera tillfällen till historiska återblickar, exempelvis i serien *Året var*.

I det omfattande Faktautbudet finns olika slags program, som i varierade former erbjuder kunskap och nya erfarenheter. Även inom de lättare genrerna förekommer program som förmedlar kunskap och allmänbildning.

Många Faktaprogram har en fast plats i tablån och utgör en återkommande möjlighet till ökad kunskap. Programmen bestod 2006 till stor del av inhemska produktioner och repriserades något mer än genomsnittsprogrammen.

I utbudet av återkommande titlar med folkbildande ambitioner märktes exempelvis *Dokument utifrån*, *Dokument inifrån*, *Uppdrag granskning*, *Vetenskapsmagasinet* och *Vetenskapens värld*, *Hjärnkontoret* för den yngre publiken och *Fråga doktorn* för den något äldre.

Till en annan programgenre som har ett mer avspänt förhållande till det bildande eller utbildande perspektivet, men som ändå är folkbildande, hör konsumentprogrammet *Plus*, trädgårdsprogrammet *Söderläge*, programserien *Din släktsaga*, naturprogrammet *Mitt i naturen* och motorprogrammet *Motorist*. För de unga vuxna sändes livsstilsprogrammet *Toppform* och resemagasinet *Packat & Klart*. För de unga tittarna fanns konsumentprogrammet *Rea* och *Myror i brallan*, ett naturprogram för barn.

Det omfattande utbudet av rikssända kulturbevakande magasin var av klart folkbildande karaktär. Några exempel från 2006 är litteraturprogrammen *Babel* och *Bokbussen*, *Format* och *Bästa formen* om konst och formgivning, musikprogrammen *Musikbyrå* och *Musikbussen* m.fl.

Klimatfrågan belystes och debatterades i årets mest uppmärksammade dokumentärsatsningen *Planeten* med ett rikt tilläggsutbud på svt.se.

Magasinsprogrammet *Go'kväll* sändes fyra dagar i veckan under höst- och vårsäsong och innehöll en stor del inslag av folkbildande karaktär såsom bok- och filmrecensioner, intervjuer med aktuella personer, husdjursfrågor mm.

Folkbildning förekom också i mindre faktabetonade program. Tävlingsprogrammet *Otroligt antikt* handlade om gamla föremål och deras användningsområden. Även *Antikrundan*, som på ett populärt sätt berättar om gamla ting, hör till kategorin folkbildande program. Andra exempel var tävlingsprogrammet för skolbarn, *Vi i femman* och data- och tv-spelsprogrammet *Kontroll*. Ett av de mest sedda programmen i svensk tv var även 2006 *På spåret*, som på bästa sändningstid hade ambitionen att både underhålla och vara folkbildande.

SVT24 startade 2003 programpunkten *24 Direkt*, som under 2006 dagligen återutsände bl.a. riksdagsdebatter, seminarier i skiftande ämnen och andra evenemang av folkbildande karaktär. Delar av detta utbud sändes under 2006 också dagtid på vardagar i SVT2.

SVT Text och svt.se bidrog med sina fördjupningssidor i anslutning till flera av de nämnda programmen till att vidga kunskaperna hos tittarna.

## 11 Valet 2006

- Debatt, granskning, information och engagemang

Valen till riksdag, landsting och kommuner präglade stora delar av SVT:s utbud under 2006. Valrörelsen påbörjades tidigare än någonsin. De borgerliga partiernas bildande av Allians för Sverige hade höjt den politiska temperaturen mer än ett år före valet, och redan strax före årsskiftet presenterade SVT den mest ambitiösa satsningen på valprogram i företagets historia. Aldrig tidigare har SVT sänt så många olika program och så många sändningstimmar inför ett val. I samband med de senaste riksdagsvalen (1994, 1998, 2002 och 2006) har SVT sänt 70, 55, 98 och 232 timmar valprogram.

Det var också SVT som lyckades bäst med att nå fram till publiken: av de 258 minuter som svenskarna såg på valprogram i SVT, TV4 och TV3 ägnades 202 (80 procent) åt program i SVT<sup>16</sup>. Flera av de traditionellt tunga politiska utfrågningarna och debatterna hade en publik på över en miljon tittare.

Valbevakningen bestod av fyra element; *debatt, granskning, information och engagemang*. De olika programmen hade sin tyngdpunkt i något av dessa element. Samtliga program skulle vara attraktiva för hela den svenska TV-publiken och engagera människor oavsett politisk intresse, politisk hemvist, kön, ålder, bakgrund.

Med en tydlig ambition att skapa ett engagemang för politik hos en publik som sällan tar del av traditionella samhällsprogram prövades nya programformat som *Toppkandidaterna*, *Testa ditt val* och *Folkvald*. I programmen *Uppdrag granskning*, *Dokument inifrån* och *Josefsson* genomfördes specialgranskningar av det svenska samhället, partierna och statsministerkandidaterna. Den absoluta lejonparten av utbudet gav dock utrymme för politisk debatt och information i program som t.ex. *Utfrågningen*, *Duellen*, *Slutdebatten*, *Reagera*, *Karavanen*, *Valet Direkt*, *Go'morron Sverige*, *Rapport* och *Aktuellt*.

### ***Dokument inifrån - Sju partier***

*Sju partier* var en serie granskande dokumentärer som gav en unik inblick omfattande ideologiska motsättningar inom vart och ett av riksdagspartierna.

Med serien tog SVT initiativet under upptakten till valrörelsen. *Sju partier* visade att SVT har kraft och kompetens att utveckla den undersökande journalistiken till att omfatta abstrakta och komplexa företeelser. Förutom att programmet uppnådde sitt publikmål på 5 procent valde 80 000 att ladda ner programmet i sin podd-tv eller att titta på webben.

### ***Valet direkt***

Med 124 timmars sändningstid erbjöds TV-publiken en helt ny inblick och delaktighet i valrörelsens slutskede från över 80 olika evenemang i 23 kommuner. De stora valfrågorna men också de smalare och regionala frågorna fanns med i programmen. Ambitionen var att spegla både bredd och djup i valdebatten och ge tittaren möjlighet att följa valrörelsen från valupptakter till de sista appelltalen dagen före valet. Bredden syns också i den mängd sända debatter som arrangerades av tex. intresseorganisationer och universitet. Dessutom lades särskilt fokus på förstagångsväljare med unga kandidater, ”unga frågor” och flera debatter arrangerade av ungdomsförbunden.

### ***Utfrågningen***

*Utfrågningen* i Sveriges Television gav tittaren underlag för att själv ta ställning i de

<sup>16</sup> Intern bearbetning av data från MMS.

allmänna valen. Programmet byggde på en lång utveckling av en kvalificerad, fristående och orädd journalistik i SVT. I takt med att allt fler väljare bestämmer sig allt senare för vilket parti de vill rösta på fick programmet också en alltmer central roll för väljare som ville veta mer om de olika partiernas politik innan de bestämmer sig.

I *Utfrågningen* tog Marianne Rundström och Mats Knutson upp de stora valfrågorna med de sju riksdagspartierna utifrån ett granskande och ifrågasättande perspektiv. Frågorna innehöll både bredd och fördjupning för att intressera så många tittare som möjligt och ge programmet högt informationsvärde. Publikens uppskattning visade sig också i höga tittarsiffror: tre av programmen hade miljonpublik, vilket är ovanligt för kvalificerade program om politik. I snitt ökade också publikintresset för programmet jämfört med det förra valet. Vid inget annat tillfälle under valrörelsen samlade de enskilda partiledarna en så stor publik, vilket också avspeglade sig i stort medieintresse, och stort uppslag på uppföljningar i andra medier efter varje program.

I anslutning till *Utfrågningen* genomfördes ett telefonväkteri i radio och tv med den utfrågade partiledaren genom ett lyckat samarbete mellan SR och SVT-redaktionerna.

### ***Karavanen***

Sex direktsända program från olika orter i Sverige med Sverker Olofsson som programledare. Heta lokala eller regionala valfrågor fick nationell belysning med ilska ifrågasättare och skarpa debattörer i publiken. Inga partiledare deltog i det här valprogrammet, men många nya ansikten och lokalt folk som uttryckte sin sak väl inför en intresserad publik.

### ***Regionala valprogram***

Lokal och regional valbevakning och valdebatt blev det i 55 program uppdelade på SVT:s 11 nyhetsdistrikt. Det sista av Reageras valprogram följde upp resultatet dagen efter valet.

#### *Reagera ABC*

Skolfrågor, sjukvård och trängselskatt var tunga ämnen i debattprogrammen från ABC. Den klassiska Vasaparksduellen mellan huvudmotståndarna i Stockholmspolitiken blev ett annat huvudnummer, och i en särskild sändning för Upplandspubliken handlade det om äldrevård, köer till husläkare och trafikpolitiken i Uppsala.

#### *Reagera Gävledala*

Sjukvård, arbetslösheten, jobb och en särskild ungdomsdebatt var ämnen i Gävledalas valprogram. Dessutom var det vargdebatt från Orsa.

#### *Reagera Mittnytt*

Interaktivitet präglade mittnytts *Valreagera*. Genom möten mellan politiker och väljare på ett nytt sätt fick tittarnas agenda vägleda diskussionen i programmet.

#### *Reagera Nordnytt*

Reportage om valets huvudfrågor i Norrbotten varvat med en ung statsvetarpanel dominerade flera av Nordnytt's *Reagera*-program. Direkt-sms in i programmet, ungdomspanel och fortsatt sändning på webben efter tv-sändningen var andra grepp.

#### *Reagera Smålandsnytt*

Satsade på tittarnas medverkan och gav också plats för fria debattörer förutom de medverkande politikerna.

*Reagera Sydnytt*

Debatter mellan partierna inför publik skapade nerv och spänning i valkampen, och ungdomspolitikerna fick en särskild debatt om ungdomsfrågor inför förstagsvaljare.

*Reagera Tvärsnytt*

Reportage och direktsända debatter granskade och speglade den aktuella lokala valdebatten.

*Reagera Värmlandsnytt*

Politisk debatt i studion utifrån det regionala perspektivet. Många debattdeltagare och stora frågor i det lokala formatet.

*Reagera Västerbottensnytt*

Segregation, energi, studenter hälsa och en slutdebatt om jobb och pengar var ämnen för programmen i Västerbotten.

*Reagera Västnytt*

De 55 västsvenska kommunerna bjöd bland annat rikliga möjligheter att skildra olikheter och likheter när det gäller politiska lösningar på medborgarnas problem. Programmen handlade om allt från lokala och regionala debatter till utfrågning av riksdagskandidaterna.

*Reagera Östnytt*

Het ungdomsdebatt, mer traditionell landstingsdebatt och tre unga väljare på jakt efter information med kommentarer av statsvetare.

**Testa ditt val**

Valet 2006 blev ett genombrott för tester där väljarna i stor skala använde sig av olika webbsidor för att undersöka hur deras åsikter i politiska sakfrågor sammanföll med de olika politiska partierna. Test av den här typen är ingen exakt vetenskap, men SVT utvecklade tillsammans med statsvetaren Tommy Möller det förmodligen mest genomarbetade testet i denna valrörelse. SVT bjöd in tittarna till att testa sitt val inom ramen för en direktsänd studiounderhållning i valrörelsens slutskede när efterfrågan på politisk information från väljarna var som störst. Tittarresponsen var positiv både när det gäller antalet som använde sig av testet och som uppgav att de fått en tankeställare och ökat intresse för att sätta sig in i partiernas program. Med programledarparet Carin Hjulström och Peter Jihde var det dessutom bra och levande underhållning.

**Toppkandidaterna**

En realityserie i tolv avsnitt. Utvalda unga kandidater fick driva egna valkampanjer inför tv-publiken och skapa opinion för hur de ville förändra samhället. Uppdraget var att få tittarna på sin sida genom att vara trovärdig, kunnig och engagerad. Tittarna röstade fram segraren i det sista direktsända avsnittet. Syftet med programmet var att söka nya vägar för att öka engagemanget i politiska frågor inför valet. Programmet blev mycket omdebatterat, och mediernas rapportering omfattande blandade omdömen om programmets kvalitet.

**Folkvald**

Magasinprogram i sju avsnitt där människor som ansåg sig ha hamnat i kläm på grund av politiska beslut fick tillsammans med programledarna söka upp den ansvarige politikern för en diskussion.



### ***Duellen***

Debatt mellan statsministerkandidaterna Göran Persson och Fredrik Reinfeldt.

Duellen utformades med fokus på de två huvudmotståndarnas kamp om den politiska makten i ett avgörande skede. Programmet sändes sista veckan före valet under de dagar när publik- och medieintresset för valfrågorna var som störst. För många osäkra väljare kan programmet ha varit en av de viktigaste informationskällorna inför valdagen. Tittare och media uppfattade programmet som en dramatisk höjdpunkt i valrörelsens slutskede. Duellen citerades flitigt i andra medier och innehöll uttalanden från statsministerkandidaterna som gav nyhetsrubriker. En del ämnen och uttalanden som gjordes levde även vidare i nyhetsbevakningen långt in på hösten. Det har gällt uttalanden om miljöfrågor, arbetslöshetsstatistik och fildelning t.ex. Men programmet lyckades även väl i huvudsyftet som var att klargöra skillnaderna mellan de politiska alternativen. Programmet hade form och ett upplägg som effektivt bidrog till att klargöra huvudfrågorna i valet.

### ***Finskt valreportage***

Kring frågan ”Varför röstar inte sverigefinnar” belyste reportaget såväl rikspolitik som sverigefinska minoritetens speciella valfrågor. Både partiledare och gräsrotter kom till tals. Ett brett urval av personer med olika bakgrund, ålder och synpunkter gav intressanta, tankeväckande och trovärdiga vinklingar till centrala frågor.

### ***Existens***

Valdebatt i studio med representanter för riksdagspartierna kring frågor om religionens roll i politiken. Livlig och klargörande debatt om bland annat religionens växande roll i politiken, religiösa friskolor och könsneutral äktenskapsbalk.

### ***Slutdebatten***

Partiledarna för de sju riksdagspartierna inbjöds till debatt där ordet fördelades rättvist mellan deltagarna, dock utan sekundpassning. Programmet direktsändes inför inbjuden publik.

Ambitionen med slutdebatten var att valets största och mest omdebatterade frågor skulle diskuteras. Varje frågeområde klarades ut i en debattomgång innan programmet gick vidare till nästa.

Som underlag för det redaktionella urvalet av vilka frågor som skulle tas upp fick de sju riksdagspartierna ange de tio valfrågor som partiet/partiledaren ansåg vara viktiga att få med.

Redaktionen gjorde därefter en egen bedömning och tog därefter ett självständigt beslut om vilka valfrågor som skulle bli utgångspunkt för varje debattomgång. Dessutom gavs utrymme för spontanitet, egna initiativ och helt nya ämnen i debatten under programmets gång.

Varje partiledare fick tillfälle till en slutappell till tittarna på 1 minut. Det var ett avslutande inlägg som inte följdes av frågor, debatt eller replik. Talarordningen på dessa slutappeller lottades fram precis inför sändningen. Det blev en både levande och rättvis debatt, där argument kunde brytas. Det jämna opinionsläget mellan de två regeringsalternativen avspeglades i en mycket intensiv argumentation. Över 1,2 miljoner tittare följde den två timmar långa debatten två dagar före valdagen.

### **Samhällsprogrammen**

*Uppdrag Granskning* undersökte i två program hur statsministerkandidaterna lever upp till sina politiska ideal. Programmen sändes i valrörelsens slutskede och väckte både stort publik- och medieintresse.

*Go'morron Sverige* genomförde under maj/september särskilda valsatsningar. Bland annat intervjuades ledarna för de sju riksdagspartierna av K G Bergström, följt av en utfrågning med en ungdomspanel och ett telefonväkteri. I det aktualitetsfördjupande samhällsprogrammet *Agenda* var SVT:s valkommentator Sören Holmberg en återkommande gäst. Ett av programmen analyserade särskilt den grupp som inte tänkte rösta i valet, och alliansens partiledare utfrågades dagen efter valet om hur regeringspolitiken skulle utformas.

Under de sista två veckorna fram till valet direktsändes *Studio 24* sent på kvällen om dagens aktuella valfrågor, och *Debatt* genomförde en rad debatter med tydliga kopplingar till svensk inrikespolitik.

### **Nyhetsprogrammen**

Under valåret 2006 har valrapporteringen under långa perioder dominerat utbudet i såväl nationella som regionala nyhetsprogram från SVT. Utbudet har både innehållit en riklig rapportering om valets huvudfrågor och särskilda redaktionella satsningar och granskningar.

Inför valet gjorde *Rapport* och *Aktuellt* en gemensam journalistisk satsning där lobbyisternas inflytande över de politiska förslagen granskades – en satsning som fick ett stort genomslag i andra medier. *Rapport* och *Aktuellt* producerade också tillsammans två extrainsatta valprogram kring aktuella frågor.

I *Rapports* valbevakning ingick en egen granskning över vinnare och förlorare under mandatperioden samt en genomgång av vilket resultat skatteväxlingen när det gäller energipolitiken fått under mandatperioden. *Rapport* hade en egen valbuss ute i landet och sände direktintervjuer i 19.30-sändningen från bland annat Karlstad och Gävle.

Under sommaren sände *Aktuellt* ett antal inslag kring förstagångsväljarna och de ungas val. Sista månaden före valet presenterade *Aktuellt* serien *Aktuellt i valet*. Ett resande reportageteam åkte över hela riket och levererade till tittarna ett par reportage i veckan om lokala och angelägna politiska frågor i människors vardag. Samtliga av SVT:s partiledarintervjuer refererades och kommenterades i *Aktuellt* bara några minuter efter att de avslutats.

*Aktuellt 21* förlängde sändningen den sjätte oktober när regeringsförklaringen och de nya ministrarna presenterades. I det timplånga programmet granskades och kommenterades regeringsförklaringen och flera av de nya ministrarna utfrågades av programledaren och av tittarna. Veckorna efter valet och regeringsbildningen präglades av flera ministeraffärer, såväl kultur- som handelsministern avgick snabbt.

### **Val-webb**

Nyheter, fördjupningar, debatter, analyser och fakta kring allt som rörde valet gavs utrymme på SVT:s valsajt på svt.se. *Valwebben* bevakade valet över hela landet genom de regionala nyhetsstationernas hemsidor och debattprogrammet *Reageras* alla interaktiva delar.

*Valwebben* kompletterade och fördjupade tv-programmen och gav besökarna på svt.se möjlighet att komma i kontakt med, och interagera med, politiker från alla läger. Alla valprogram var naturligtvis också tillgängliga på svt.se efter sändningarna i rutan, både

via streaming och för nedladdning via podd-tv. *Nätkollen*, en nyskapande valbevakningstjänst, publicerade utdrag och citat från och länkar till ett urval av de bästa politiska bloggarna.

### ***Valvakorna***

Demokratin och de allmänna valen berör alla medborgare och har en grundläggande betydelse för vårt samhälle. Sveriges Television har därför höga ambitioner med valvakan. SVT:s sändningar under valkvällen utformades för att intressera en stor och bred publik. Det gav också ett överväldigande gensvar hos publiken, klockan 21.30 följdes riks- valvakan i SVT av 2,7 miljoner tittare och vid midnatt var fortfarande en miljon tittare kvar. Valvakan är ett av de tillfällen när SVT kan mäta sig direkt mot en konkurrerande tv-kanal som gör samma program. Resultatet detta år blev att riksvälvakan i snitt hade fyra gånger fler tittare än TV4s sändning, vilket visar på styrkan, genomslaget och trovärdigheten i SVT:s valbevakning.

Tittarna vill veta vad som händer med deras röst, få information, reaktioner, analyser och i direktsändning kunna följa finalen i de politiska partiernas kamp om makten både på det nationella och lokala planet. Men resultatet väcker också frågor: Vad händer nu? Hur påverkar det här min framtid? Därför gav SVT analyser och kommentarer stort utrymme under kvällen. Genom kommentarerna från partiernas valvaka, inbjudna gäster och SVT:s egen stora valundersökning Valu svarade SVT för den bästa och mest genomarbetade eftervalsanalysen. Valu-prognosen som visade på regeringsskifte klockan 20.00 slog rekord i träffsäkerhet.

Många har också speciella intressen och behov. Detaljerad resultatservice i text-tv och på webben för de som vill ha mer än vad som visas i tv-rutan, finskspråkig valvaka och teckentolkning är också viktiga delar av servicen, både nationellt och lokalt. Det skedde genom en riksvälvaka i SVT1 och fortlöpande rapporter från de lokala valen från regionalprogrammets 11 sändningsorter, sändningar på finska och teckentolkning i SVT2. Dessutom skedde rapportering via webb, text-tv, mobiltelefon. Via webben nådde den direktstreamade valvakan ut till 135 länder och slog rekord i antalet samtidiga tittare (ca 8 000 vilket kan jämföras med tidigare direktstreamade "events" som nått i storleksordningen 3 000 samtidiga tittare). Valvakan direktsändes naturligtvis dessutom i SVT Europa.

## 12 Spegla hela landet

*Programmen skall utformas så att de genom tillgänglighet och mångsidighet tillgodoser skiftande förutsättningar och intressen hos landets befolkning. Programutbudet skall spegla förhållanden i hela landet och som helhet präglas av folkbildningsambitioner (sändningstillståndet 8§).*

Programproduktionen vid enheterna utanför Stockholm kan såväl spegla respektive område och dess särart som ha ett mer nationellt uppdrag. Mångfalden i utbudet främjas när nationella frågor belyses från utsiktspunkter utanför Stockholm av personer från olika delar av landet. De regionalt producerade rikssända programmen under 2006 täckte samtliga programkategorier i SVT:s utbud.

För att effektivt spegla hela landet i programverksamheten har SVT en stor organisation uppbyggd utanför Stockholm (tabell 4.1).

De regionala nyhetsredaktionerna tar upp dagsaktuella frågor för sändning inom bevakningsområdet och placerar även inslag, när de är av riksintresse, i *Aktuellt*, *Rapport*, SVT24 och *Sportnytt*. Dessutom levereras en stor mängd inslag till många andra riksprogram producerade i Stockholm såsom *Lilla Aktuellt*, *Lilla Sportspegeln* och *Kulturnyheterna*. Av särskild betydelse för Sverige bilden i SVT:s utbud är programmet *Landet runt*, som produceras av SVT Mellansverige i Karlstad. Varje vecka presenteras inslag av främst feature-karaktär, som kompletterar det traditionella nyhetsflödet. Materialet hämtas ur de olika regionala nyhetsprogrammen och följs av en stor rikspublik.

Några av SVT:s mest populära program produceras av enheterna utanför Stockholm. På förkvällen sändes under 2006 *Go'kväll*, producerat växelvis av SVT Nord i Umeå och SVT Mellansverige i Norrköping, med bibehållet grepp om publiken. Programuppdraget var, liksom tidigare år, att skildra människor och företeelser samt den vardagsnära kulturen i hela landet.

*Debatt*, producerat i Göteborg av SVT Väst, är ett program för debatter och utfrågningar där människor från hela landet ges möjlighet att debattera på lika villkor med makthavare. Redaktionen söker aktivt debattörer som huvudsakligen verkar utanför Stockholm.

I samhällsutbudet behöll *Uppdrag granskning* sin starka ställning även under 2006 som SVT:s viktigaste grävande och granskande program. Programserien bygger på ett samarbete mellan redaktioner i Luleå, Stockholm, Göteborg och Malmö och behandlar ämnen från hela landet. Sedan 2004 har SVT Väst sändningsansvaret för programmet.

De decentraliserade specifika bevakningsuppdragen bidrog även 2006 till en bred skildring av förhållanden i hela landet. Här kan nämnas SVT Nord som centrum för produktion av svensk naturfilm och SVT Norrköping som centralort för SVT:s program inom genrerna vetenskap och hälsa. SVT Umeå har producerat konsumentprogrammen *Plus*, och *24 Konsument* och livsåskådningsprogram som *Existens*.

SVT Nord och SVT Mellansverige hade ett särskilt ansvar för programutbudet inom religionssektorn. Dessa programs innehåll präglades påtagligt av den kulturtradition som är intimt förknippad med gudstjänstlokaler runt om i landet. Det musikaliska inslaget var också starkt, och samarbeten skedde med lokala körer och musiker. Trossamfund som medverkade under 2006 var Svenska Kyrkan, Katolska Kyrkan, Missionskyrkan, Immanuelskyrkan och Pingströrelsen. Även islam och judendomen har

ägnats uppmärksamhet i SVT:s utbud, islam genom ett program om *Eid al-Fitr* med koranrecitatören Sheik Hamsa Shakkour och ett om *Eid al-Adhaa* med Ashar Khan, båda i samarbete med Vadstena Kloster. Av judiska högtider uppmärksammade SVT Yom Kippur med ett program med den israeliske sångaren Emil Zrihan.

Under 2006 har SVT sänt eller spelat in gudstjänster från Kista, Linköping, Nacka, Örgryte, Uppsala, Raus, Helsingborg, Örebro, Sävar, Sjöatorp, Göteborg, Stockholm, Tavelstö, Umeå, Vadstena kloster och Västerås.

Helgmålsringning sändes 52 lördagar under 2006 och var i huvudsak samarbeten med Svenska kyrkans församlingar. Sändningarna kom från följande platser: Göteborg, Väst, Själevad, Svabensverk, Lund, Alfta, Örgryte, Uppsala, Lund, Askeby, Linköping, Ersta, Alvastra, Väversunda, Linköping, Örberga, Sundsvall, Frössvi, Vallby, Västerås, Finnåker, Kinna-Vedum, Härnösand, Blacksta, Vingåker, Kungslena, Ytterlännäs, Anundsjö, Umeå, Stockholm, Malmö och Gammelstad.

I musikutbudet speglas hela Sverige genom *Veckans konsert* och *Musikbussen*. *Veckans konsert* förmedlade bl.a. europeiska minoriteternas egen Melodi Grand Prix, *Liet lāvlut*, som arrangerades i Östersund av SWEBLUL, byrån för mindre språk i Europa. Representanter för elva minoritetsspråk tävlade med musik på sina egna språk. Från Umeå Open sändes en konsert med electronica-trion Midaircondo. Musikbussen sändes under 2006 från festivaler landet runt med folkmusik, jazz, visor, reggae och klassisk musik. Turnén gick till Ransäter, Norrköping, Sandviken, Falkenberg, Medevi, Ängö vid Orust, Korrö och Uppsala. Den invandrade musiken fanns med i Musikbussens besök vid Latino Midsommar på Järvafältet utanför Stockholm.

Även inom dramautbudet har filmer och serier bidragit till en levande Sverigebild och till mångfald i SVT:s utbud. Dramaserien *Saltön* repriserades under sommaren, *Möbelhandlarens Dotter* – tog tittarna med på en resa i Norrlands inland på 1960-talet. Sveriges längsta dramaserie, *Hem till byn*, som under åren 1971-2006 berättat om livet på svensk glesbygd har i 52 avsnitt producerats av SVT Göteborg. Julens dramaäventyr var *Snapphanar*, en skröna om krigsskådeplatsen Skåne onådens år 1678.

Även svt.se produceras i alla enheter, och alla de 11 regionala nyheterna finns på webben i såväl text och bild som sändningar, och är lika lättillgängliga i Naimakka som i Smygehamn.

## 12.1 Ett mångsidigt utbud på svenska språket

*SVT har ett särskilt ansvar för det svenska språket och dess ställning i samhället. SVT skall tillhandahålla ett mångsidigt utbud av program av hög kvalitet på svenska språket och tillvarata den svenska kulturen i dess vidaste bemärkelse. Språkvårdsfrågor skall beaktas i programverksamheten (sändningstillståndet 9§).*

Det svenska språket utgör basen för utbudet i såväl SVT:s huvudkanaler som temakanaler. 64 procent av utbudet i SVT1 och SVT2 var producerat i Sverige, vilket var 3 procentenheter mindre än året innan. I temakanalerna var andelen också 64 procent (tabell 17.3 a och 17.3 b). År 2001 var andelen inhemska produktion i de två huvudkanalernas utbud 73 procent, vilket innebär att andelen minskat med 9 procentenheter.

100 procent av nyhetsutbudet i SVT1 och SVT2 produceras i Sverige. Även genrer som Nöje och Fakta har hög andel inhemsk produktion, 72 respektive 81 procent. Jämfört med 2005 har andelen inhemsk produktion minskat inom Nöje med 15 procentenheter medan den ökat inom Fakta med 10 procentenheter – till stor del som en följd av ändrad kodning (se avsnitt 6.0). Inom Sporten har andelen ökat till 54 procent från 51 procent 2005. Musikutbudet var till 43 procent svenskproducerat under 2006, en minskning från 45 procent 2005. Endast utbudet inom Fiktions/Långfilm har en hög andel främmande produktion, 85 procent (tabell 17.3 a).

SVT repriserar främst svenska program en kort tid efter första sändning som en service till publiken, men återutsänder även sådana program efter en tid. De egna arkiven ger också möjligheter att med kort varsel återutsända program i form av minnesprogram eller exposéer, som på olika sätt uppmärksammar aktuella händelser.

SVT, SR och Utbildningsradion har alla ett särskilt ansvar för det svenska språket och dess ställning. Bolagen samarbetar fortlöpande i språkvårdsfrågor. Två heltidsanställda språkvårdare svarar för rådgivning och språkvårdsinformation till redaktionerna i de tre bolagen. Databasen Dixi utvecklas fortlöpande med nya aktuella språkråd om såväl benämning som stavning och uttal. Dixi finns tillgängligt som datoriserat arbetsverktyg för medarbetare i de tre företagen. Språkvårdarna ger även ut ett skriftligt språkbrev med rekommendationer och analyser i språkvårdsfrågor.

## 12.2 Kulturlivet i hela landet

*SVT skall fortsatt vidga och fördjupa sitt kulturansvar. SVT skall verka för debatt kring viktigare kulturfrågor, bevaka och granska händelser och utveckling på kulturlivets olika områden och i samverkan med det övriga kulturlivet stimulera och förmedla olika kulturaktiviteter (sändningstillståndet 11§).*

SVT:s kulturansvar innebär ansvar för spegling och granskning av kulturlivet såväl nationellt som regionalt och lokalt. Det sker bland annat i form av sändningar från kulturevenemang som genom televisionen erbjuds publiken i hela landet. Opera, balett och talteater från scener runt om i landet, liksom andra evenemang, utställningar och dylikt återutsänds eller bearbetas för mediets förutsättningar.

Såsom självständig kulturinstitution skapar Sveriges Television också ett eget kulturutbud som inte har motsvarighet någon annanstans.

Kulturansvaret rymmer de traditionella konstarterna liksom Musik och Fiktions i vid bemärkelse. Även det kulturorienterade Faktautbudet och Förkunnsprogrammen med utsändningar från olika samfund och evenemang räknas in under denna rubrik. Totalt sändes 1 343 timmar i förstasändning inom genreområdet (tabell 6 b).

Jämförelserna bakåt i tiden försvåras av att programmen år 2006 kodats på annat sätt än tidigare (se avsnitt 6.0). Av den anledningen publiceras tabell 6.b i årets upplaga endast med uppgifter om årets utbud, utan data om utbudet fördelat enligt den gamla indelningen. Generellt kan konstateras att internationella sportevenemang under året tagit en del av den tid som i normaltablån reserverats för kulturutbudet. Totalsiffran för Kultur/Humaniora och religion i förstasändning 2006 var 320 timmar, vilket var 94 timmar mindre än motsvarande kategorier i 2005 års redovisning.

Genren Fiktion/Långfilm i förstasändning omfattade 976 timmar år 2005 och 872 timmar år 2006. Musikutbudet enligt den gamla definitionen bestod av 205 timmar år 2005 och 151 timmar enligt den nya definitionen år 2006. Tiden för religionsprogrammen var 2006 18 timmar mindre än året innan, 46 timmar (tabell 6 b).

SVT hade under år 2006 totalt tolv kulturbevakande program, varav sex producerades utanför Stockholm: *Bokbussen*, *Bästa formen*, *Filmkrönikan*, *Musikbussen*, *Musikbyrån*, *Sverige!*. Till dessa bör även *Perspektiv* läggas som bl.a. bevakar dövkulturen i hela landet. I Stockholm producerades: *Arty*, *Babel*, *Kobra*, *Kulturnyheter*, *Musikministeriet* och *Tid för design: Showroom*. Samtliga dessa kulturbevakande program rörde sig nationellt och i många fall även internationellt. Genom att redaktioner med skilda uppdrag i kulturbevakningen finns på olika orter uppnås goda förutsättningar att ge en god spegling av kulturlivet i hela landet.

De rikssända kulturbevakande programmen ökade från år 2005 med 4 timmar till 361 år 2006 (tabell 12.2 a). Jämfört med basåret 2001, då SVT sände 9 kulturbevakande magasin, är ökningen 12 timmar. Med de 9 nya magasin som lanserats under tillståndsperioden har SVT vidgat kulturbevakningen både geografiskt och ämnesmässigt.

### ***Samarbete med kulturinstitutioner och fria kulturproducenter***

*SVT skall samarbeta med kulturinstitutioner och fria kulturproducenter i hela Sverige i syfte att erbjuda utsändningar av föreställningar, konserter och andra kulturhändelser (sändningstillståndet 11§).*

Varje år sänder SVT program i samarbete med kulturinstitutioner och fria kulturproducenter i hela landet. Programmen bygger på föreställningar och olika slags arrangemang som produceras vid respektive institution. Tv-publiken får från bästa åskådarpalats ta del av olika scenföreställningar, evenemang, föreläsningar och visningar. Dessutom förekommer samarbeten i olika former mellan redaktioner inom SVT och kulturinstitutioner runt om i landet. Denna samverkan har resulterat i ett stort antal kulturbevakande och speglade program samt i olika program med folkbildande inriktning. Fr. o. m. 2005 medräknas även gudstjänster och helgmålsringningar, vilket bör beaktas vid jämförelse med tidigare år.

Under 2006 deltog SVT i 164 samarbeten med kulturinstitutioner och fria kulturproducenter, och det resulterade i 168 förstasändningar med en sändningstid på 96 timmar (tabell 12.2 b).

I samarbete med Dansens Hus, Cirkus Cirkör och danska Teater Kaleidoskop sändes H C Andersens saga *Havfruen* i dansens form, från Oktoberteater i Södertälje överfördes *Molieres stol* och i samarbete med Sagateatern i Umeå producerades *Klungan*. *Zeynos värld* överfördes från Stockholms Stadsteater i Skärholmen, för att nämna några exempel.

*Veckans konsert* speglade både bredden och spetsen inom svenskt och internationellt musikliv, från spelmansstämmor runt om i landet till *På scenkanten* på Moment:Teater i Gubbängen med Basia Frydman och Hans Caldaras i sånger på romani chib och jiddisch, från *Tommy Körberg – Rakt upp och ner* till *En kvartett som ingen behöver* av Dimitri Sjostakovitj, inspelad i samarbete med Henric Holmberg och Indrakvartetten.

*Musikbussen* sändes under 2006 från tio festivaler landet runt med folkmusik, jazz, visor, reggae och klassisk musik. Turnén gick till Ransäter, Norrköping, Sandviken,

Falkenberg, Medevi, Ängö vid Orust, Korrö i Småland och Uppsala. Den invandrade musiken fanns med i Musikbussens besök vid Latino Midsommar på Järvafältet utanför Stockholm. Många program producerades av redaktioner utanför Stockholm i olika former av samarbeten med institutioner, till exempel Balettakademien, Helsingborgs Konserthus och Symfoniorkester, Kungliga Slottet och Kungliga Filharmonikerna, Ale Möller Big Band, Skansen, Storan i Göteborg, Södra Teatern/Re:orientfestivalen i Stockholm, kulturhuset Mejeriet i Lund, Maximteatern, Sthlm, Umeå electronica-festival, Kungliga Operan, Sthlm och Den Kongelige Opera, Köpenhamn, Indrakvartetten, Berwaldhallen, Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören,

En tradition i SVT är samarbetet med Lunds studentsångarförening första maj i programmet *I vårsolens glans*.

### **Samarbete med filmbranschen**

*SVT skall bidra till utvecklingen av svensk filmproduktion (sändningstillståndet 11§).*

SVT lämnade under 2006 ett bidrag på 34 miljoner kronor till stiftelsen Svenska Filminstitutet (SFI) inom ramen för det från 2006 löpande filmavtalet. SVT var under 2006 också en stor samproducent i den svenska filmproduktionen. Bland de filmer SVT samproducerade finns de uppmärksammade *Rosa på världsturné*, *Farväl Falkenberg*, *Underbara älskade*, *Den nya människan* och *Nina Frisk*. SVT samverkar dessutom varje år med köp av visningsrätter.

Väsentligt stöd till utvecklingen av filmkonsten i Sverige är samarbetet mellan Film i Väst, Svenska Filminstitutet och SVT om satsning på novellfilm. År 2006 resulterade det i visning av elva nya filmer, bla *Den sista hunden i Rwanda* och *Vanya vet*.

SVT:s samtliga enheter utanför Stockholm samverkar med de olika regionala produktionscentra, som byggts upp runt om i landet. Det samarbetet har resulterat i en mängd filmtitlar, främst inom sektorn dokumentärfilm.

### **12.3 Det mångkulturella Sverige**

*SVT skall tillhandahålla ett mångsidigt utbud som speglar de olika kulturer som finns i Sverige (sändningstillståndet 11§)*

Mer än var femte invånare i Sverige är utrikes född eller har en eller två föräldrar födda utomlands, vilket naturligtvis medför en skyldighet för SVT att i demokratiskt syfte inkludera alla tittare. SVT har uppdraget att vara till för alla.

Mångkulturellt Center inrättades som ett projekt år 2003. Projektet, som leddes av två personer, upphörde våren 2006. Centret hade som uppgift att driva och bevaka de frågor som återfinns i SVT:s policy för etnisk och kulturell mångfald. Avsikten var att öka den etniska och kulturella mångfalden såväl inom personalområdet som inom alla programgenrer.

De arbetsuppgifter som Mångkulturellt Center hade överfördes 2006 till den nyinrättade HR-enheten och avdelningen Hållbar utveckling, där frågor drivs med ett vidare perspektiv på mångfald och där också övriga diskrimineringsområden hanteras. De två projektledarna fungerar som specialister och internkonsulter inom området etnisk och kulturell mångfald och gör bl a uppföljningar av mål i de handlingsplaner som SVT:s



olika regioner upprättar, och driver mångfaldsfrågorna i SVT både vad gäller personal- och programfrågor.

Genrecheferna har i sina uppdragskontrakt till de programproducerande enheterna angivit en allmän formulering: "SVT:s program ska genomsyras av att Sverige består av människor med olika etniska och kulturella bakgrunder, med olika trosuppfattningar och erfarenheter". I programkontrakten finns också en hänvisning till SVT:s policy på området. För några utvalda program har tydliga procentuella mål satts upp.

Under det gångna året har många olika aktiviteter för att öka mångfalden genomförts på lokal och regional nivå, t ex i samband med annonsering efter sommarvikarier. Detta har visat sig vara fruktbart för att få nya kontakter och ingångar till program och inslag. Här följer några exempel på mångfaldsarbetet framför och bakom kameran:

*Nyhetsprogrammen*, både de rikssända och de regionala, hade inför valet och i valbevakningen en särskild uppgift att spegla hela befolkningen. Av detta framgår att människor med mångkulturell/utländsk bakgrund blivit representerade.

De instrument som finns tillhanda för att mäta representationen av människor med annan bakgrund är f n mycket trubbiga, men har ändå använts. Trubbigheten kan å andra sidan betraktas som en god sak, eftersom vi inte vill eller kan veta *exakt* vilken etnicitet människor har.

*Sporten* är ett område där människor med olika bakgrund verkar i många olika roller, och det är en självklarhet att detta avspeglas i programmen. Sportredaktionen har arbetat aktivt både med vikarier och expertkommentatorer för att få ökad mångfald både framför och bakom kameran.

*Lilla Sportspegeln* är ett program som vänder sig till alla barn och ungdomar i Sverige, och har genom mål och mätningar fått framgång vad gäller att ha medverkande barn med utländsk bakgrund. Detta gäller både i reportage, tävlingar, teckningar som visas i programmet och på webben. *Nyhetsprogrammen* runt om i SVT arbetar på flera olika sätt för att spegla mångkultur i rutan.

Här några exempel: en redaktion har använt en tittarpanel med mångfald som referensgrupp, för att få nya uppslag, perspektiv och synpunkter på sitt program; några programledare har annat synligt ursprung än svenskt, vilket kan vara av betydelse som förebilder för unga människor att t ex söka sig till journalistiken; i enkäter finns mål uppsatta för att få medverkande med rötter i andra delar av världen. Reportrar med brytning kan också höras i nyhetsprogrammen, vilket också är en faktor för att göra att människor med mångfaldsbakgrund kan känna igen sig.

*Lilla Aktuellt* söker aktivt och medvetet upp skolor som i områden med mångfald, och hittar då elever med olika bakgrund som får kommentera vanliga företeelser, och inte bara s k integrationsproblem. Detta har också givit resultat i programmen.

I *Kulturnyheter* skildras regelbundet det mångkulturella Sverige som en naturlig del av kulturjournalistiken, liksom det i litteraturprogrammet *Babel* blir självklart med mångkultur.

Många redaktioner arbetar aktivt och medvetet med att få gäster och experter med olika bakgrunder och erfarenheter att medverka, vilket märks i så skilda program som t ex *Nya rum*, *Go'kväll*, *Söderläge*, *Toppform* och *Fråga doktorn*.

*Motorist* har haft både testare och bilexperter med mångfaldsbakgrund, *Packat och klart* har haft en reporter med utländsk bakgrund.

Samhällsprogrammet *Agenda* har ett uppdrag som omfattar såväl nationella som internationella händelser. Integration har skildrats i såväl reportage som studiodebatter, där svenskar med mångkulturell bakgrund har medverkat. *Plus* arbetar också medvetet med att integrera människor med annan bakgrund än den helt svenska i sina program, vilket också synliggjorts i rutan.

*Faktum* har strävat efter att spegla det mångkulturella samhället både genom specifika frågeställningar som konflikten kring Mohammedbilderna, granskning av Dansk Folkepartis politik, gömda flyktingar osv, men framför allt har utomnordiska medverkande deltagit med sin kompetens och inte medverkat i specifika ”invandrarfrågor”. Den ambitionen finns också i SVT:s övriga programutbud: det mångkulturella Sverige ska synliggöras i alla sammanhang, i vardagliga frågor såväl som med expertis i allehanda ämnen.

*Tema Lördag* har bl a innehållit *Bilden av Islam* där både studiosamtalet med tre muslimska kvinnor och den brittiska dokumentären *Kampen om Islam* fokuserade på kvinnans ställning i Islam.

I *Tema Fotboll* ingick en långfilm ”*Skruva den som Beckham*”, som handlade om en brittisk-indisk tjej som vill spela boll.

Medveten casting för att få mångfald i realityprogrammet *Expedition Vildmark* har bidragit till att öka mångfalden i programserien, då också barnens olika bakgrund fått spela en viktig roll, såväl kulturell som socioekonomisk. Redaktionen för *Naturnollorna* har castat utifrån anmälningar som skickats in, och konstaterat att endast ett fåtal av anmälningarna kom från intresserade med annat ursprung än svenskt, men trots detta lyckades man engagera mångfaldspersoner till programmet.

Program om religion och livsåskådning har genom själva ämnesområdet gjort det självklart att både genom ämnesområdet och medverkande att inkludera en mångkulturell aspekt. *Existens* och *Kolla Gud* är exempel på detta. Flera religioner och trosuppfattningar har speglats i SVT under året: Från Kista kyrka sändes en mångfaldsmässa; SVT var med när Högalidskyrkan hade ett koptiskt tema i en ökenmässa; muslimernas högtider Eid al-Fitr och Eid al-Adhaa uppmärksammades i ett par program liksom den judiska högtiden Yom Kippur. Religiösa högtider från andra kulturer och religioner har också uppmärksammats i nyhetsinslag, t ex i *Sydnytt*. Julaftonen avslutades traditionsenligt med en sändning från S:t Peterskyrkan i Rom.

I dramaproduktionen kan nämnas *Zeynos värld* med skådespelerskan Nisti Sterk. *Cuppen* är en svensk-sydafrikansk dramaserie som tar avstamp i Gothia Cup, där svenska Micke och sydafrikanske Tshepo träffas för första gången och sedan knyter ihop vänskapen sex år senare. *Stockholm Live* med komiker och skådespelare med olika bakgrund har inför en mångkulturell publik firat nya framgångar.

Medverkande med utländsk bakgrund återfinns i dramaproduktioner både bakom och framför kameran. Här några exempel: *Poliser*, *Mäklarna*, *En fråga om liv och död*, *Den som viskar* och *Hem till byn*. Utländska dramaserier som *Yizo Yizo* och *Människornas stad* har givit värdefulla bidrag till att spegla kulturer, som också finns mitt ibland oss. Ett stort antal långfilmer från hela världen har berikat utbudet – Ryssland, Albanien, Iran, Indien, Slovenien, Mexiko, Polen, Israel är några av ursprungsländerna, förutom filmer från övriga Norden, USA och England.

Att spegla det mångkulturella Sverige är självklart framför allt i musik-, sport- och barnprogram.

*Musikministeriet* har i flertalet av sina program kunnat visa mångkulturella möten; det har t ex handlat om schlager och politik, mångkulturell voxpop, ”kulturskillnaden i klapptakt” och ett reportage med sångerskan Laleh. Här kan också nämnas *Melodifestivalen*, som år för år breddar musikutbudet till fler musikstilar. *Veckans konsert* presenterade 2006 en rad program och konserter med utomeuropeisk och mångkulturell musik: *På scenkanten* med sång på jiddisch och romani chib med Basia Frydman och Hans Caldaras m fl, *Re:Orient* med spansk-muslimsk-judiska förtecken och *Ale Möller World Band*.

Mångfald i barnprogram som *Rea*, *Vinnarskallar*, *Myror i brallan*, *Nassims kör*, *Bolibompa* är tydliga exempel i SVT:s utbud på program som speglar det nya Sverige. I programmen medverkar barn på ett naturligt och självklart sätt, liksom att programledarnas personliga tilltal vänder sig till alla barn, och inte exkluderar någon. *Rebellen* är ett barn och ungdomsprogram i samhälls-genren, och i de olika teman som behandlades var det mångkulturella Sverige närvarande, liksom det återspeglades hos medverkande ungdomarna. Mångfald handlar också om jämställdhet, flickor och pojkar osv, och i barnprogrammen kan vi se att medvetenheten om att det är jämt fördelat inom olika mångfaldsområden är hög. Så är t ex *Bobster*, *Amigo*, *Hejhej Sommar* tillsammans med övriga barn- och ungdomsprogram exempel på detta förutom kulturell och etnisk mångfald.

### 13 Internationell spegling

*Det utländska programutbudet skall spegla olika kulturkretsar och i större omfattning än hittills innehålla program från olika delar av världen. Program om och från de nordiska grannländerna skall sändas i syfte att stärka den nordiska kulturgemenskapen (sändningstillståndet 11§).*

Program från andra länder införskaffas genom förvärv, internationella samarbetsprojekt och utbyte inom Eurovisionen (EBU) och Nordvisionen (NV). Av det utländska förstasända utbudet i SVT1 och SVT2 (exklusive sport) kom, mätt i sändningstid, 41 procent från länder utanför Europa. Av de europeiska programmen i förstasändning (exklusive sport) kom ungefär en tredjedel från de nordiska grannländerna (tabell 13 a).

Största delen av det utländska fiktionsutbudet förmedlar intryck från den kultur de producerats inom, och det gör i varierande grad även andra program (sportevenemang, nöje, kulturfakta). Inom Fakta finns emellertid program som handlar om andra regioner än producentens hemvist.

#### **Världen**

Det största utbudet av utländska program i SVT återfanns inom programkategorin Fiktion/Långfilm. Av den sammanlagda sändningstiden i förstasändning av Fiktion och Långfilm på 872 timmar kom 740 timmar från länder utanför Sverige (tabell 13 a). Mer än hälften, 436 timmar, utgjordes av program från länder utanför Europa. Det utomeuropeiska långfilmsutbudet dominerades av filmer från USA. Som ett resultat av en medveten satsning på utbud från andra delar av världen sändes filmer från Argentina, Australien, Brasilien, Egypten, Hongkong, Indien, Iran, Israel, Japan, Kanada, Kina, Libanon, Mexiko och Vietnam.

Dokument utifrån sände under 2006 bl.a. *Gitmo* om Guantanamo basen, *Rea på njure* om organförsäljning i Iran, *Tänker Israel bomba Iran?* om Israel inför kärnvapenhot från Iran, *Berättelsen om Mao* med helt nytt arkivmaterial om den kinesiske ledarens tid vid makten, *Saknas: 100 miljoner kvinnor* om selektiva aborter och barnamord i Indien. Av de 1 501 timmar av Fakta som sändes under 2006 kom 39 timmar från länder utanför Europa.

Inom sportområdet kom knappt hälften av utbudet i förstasändning från länder utanför Sverige.

#### **Europa**

Utbudet av förstasända program (inkl. Sport) från Europa ökade 2006 jämfört med året innan, främst som en följd av de två stora idrottsevenemangen i Italien resp. Tyskland. Inom programkategorierna Fakta, Fiktion/Långfilm och Nöje minskade sändningstiden något av europeiska program.

Dokument utifrån sände flera program som speglade förhållandena i europeiska länder, bl.a. *Det andra Europa* om de 5 miljoner invandrare från andra delar av världen som förtogs i statistiken, *Oligarkernas uppgång - oligarkernas fall* om den nya makteliten i Ryssland, *I huvudet på Londonbombarna* om gruppdynamik som förklaring till våldartade ungdomars beslut att ta oskyldiga civila med sig till döden.

#### **Norden**

Inom Nordvisionen sker sedan flera år en utväxling och samproduktion av program, utväxling av arkivmaterial, engagemang i gemensamma utvecklingsprojekt, verksamhet

inom den nordiska TV-samarbetsfonden och ett dagligt utbyte av nyhetsinslag mellan de nordiska länderna inom ramen för Eurovision News Exchange, EVN. Samarbetet skedde liksom tidigare år inom de åtta programgrupperna Kultur och Fakta, Drama, Underhållning, Barn och Ungdom, Sport, Undervisning, Nyheter samt Nya medier.

Under 2006 resulterade programsamarbetet inom Nordvisionen i totalt 2 821 timmar nordiska program i de medverkande public service-företagen DR, NRK, RÚV, SVT/UR och YLE. I genomsnitt sändes det i vart och ett av företagen 1,5 timmar nordiskt stoff per dag. SVT sände sammanlagt 507 Nordvisionsprogram i förstasändning. Med repriserna inräknade uppgick sändningstillfällena till 1 385. Den sammanlagda sändningstiden för program av nordiskt ursprung, inklusive program som förvärvats på annat sätt än via Nordvisionssamarbetet, uppgick till 467 timmar, vilket var 11 procent mer än 2005 och 44 procent mer än basåret 2001. Faktautbudet dominerade starkt i SVT-kanalerna, följt av Drama, Underhållning och Musik (tabell 13 a och 13 b).

Bland nordiska Fakta-produktioner kan nämnas *Jag såg mordet på Olof Palme* (DR), *Mumins memoarer* (FST), *Snapphanarnas krig* (SVT), *Karen Blixen* (DR) och *Dokument utifrån: Det andra Europa* (DR). Uppskattat Drama var DR-serien *Krönikan* som visades i 5 nya avsnitt och de norska kriminalserierna *Sejer - svarta sekunder* och *Svarta pengar, vita lögner*, samt finska dramaserien *Dödlig plikt*. På underhållningssidan fortsatte satsningarna med nya omgångar av samproducerade *Inför Eurovision Song Contest*, *nordisk julkonsert* (som kom från Köpenhamn detta år) och den norska pratshowen *Först & sist*.

## 14 Jämställdhet

En jämn könsfördelning såväl bakom som framför kameran bidrar till ökad iderikedom och en mångfald av perspektiv i alla programkategorier.

Det övergripande målet för jämställdheten i utbudet är en jämn fördelning av medverkande kvinnor och män med en högsta avvikelse på tio procent. Flera redaktioner, framförallt inom de regionala nyhetsprogrammen har under 2006 satt ribban högre och inte medgett några avvikelser från 50/50-målet. Det gäller t ex *Smålandsnytt*, som för samtliga sändningar haft målet 50/50 medverkande kvinnor och män. Resultat för hösten t o m 12/12: 43 procent kvinnor, 57 procent män. *Smålandsnytt* har också under året haft ett försök med en fokusgrupp med kvinnor kring 35 år som utgångspunkt för bl a urval och tilltal.

*Västerbottensnytt*, som alltsedan starten för fem år sedan arbetat mycket medvetet med att uppnå ökad jämställdhet i såväl ämnesval som för medverkande kvinnor och män, har valt en försiktigare linje och stannat vid en avvikelse på högst fem procent. Den målsättningen har man uppnått under flertalet av de månader då mätningar gjorts (undantag sommarmånaderna) när det gäller kvinnor och män i inslag och i studio. *Västerbottensnytt* har utvecklat en arbetsmetod som fått namnet *Västerbottensmodellen*, och som under 2006 tagits i bruk på flera andra redaktioner, däribland *Aktuellt* och *Rapport*. Metoden går bl a ut på att kontinuerligt mäta medverkande kvinnor och män, sätta nåbara mål och att återkommande analysera resultaten.

*Östnytt* har under året bedrivit ett målmedvetet arbete för att framförallt öka andelen kvinnliga experter, politiker och medverkande i studio. Mätningar gjordes under veckorna 34-37. Bästa resultatet nåddes för kategorin experter med 48 procent kvinnor medan medverkande kvinnor i studio stannade vid 25 procent.

*Aktuellt* har medvetet valt att endast mäta andelen kvinnor och män i egenproducerade inslag under perioden mars-oktober, där resultatet var 41/59, vilket något överstiger målet 40/60. För medverkande i studio blev resultatet något sämre, 35/65. Mätningarna gjordes under perioden mars-oktober.

För *Rapport* har man valt att inte skilja ut inslag som köpts in eller producerats av någon annan. Resultatet totalt för perioden januari-oktober blev 35/65, vilket innebär att *Rapport* inte helt nådde upp till sitt interimistiska mål 38-62.

Det bör påpekas att den försiktigare målsättningen för de nationella nyhetsprogrammen har sin grund i den manliga dominansen i de maktsfärer programmen i stor utsträckning ska skildra.

*Kulturnyheter* har under mätningen i april noterat 43 procent medverkande kvinnor. Ett uttalat mål är att höja andelen till 50 procent. Bland reportrarna var kvinnorna i majoritet – 61 procent.

Ännu större andel kvinnliga reportrar hade litteraturmagasinet *Babel* under samma period – 69 procent. Bland de intervjuade personerna var andelen kvinnor 57 procent.

I kulturmagasinet *Kobra* medverkade under mätningsperioden 54 procent kvinnor och 67 procent av reportrarna var kvinnor.

*Agenda* har under året haft en kvinnlig programledare och delvis ny inriktning i ämnesval. Ett av reportagen handlade om mäns våld mot kvinnor och belönades med jämställdhetspriset *Prix Egalia*. Totalt för programmen under april var andelen medverkande kvinnor 50 procent. I *Uppdrag granskning* medverkade 37 personer under året – till övervägande del i rollen som experter: 70 procent män och 30 procent

kvinnor. För programmet *Debatt*, som sänds från Göteborg, noteras en förbättring av andelen medverkande kvinnor under våren 2006 – 46 procent mot 40 procent för hösten 2005.

*SVT Sport* hade som främsta målsättning för jämställdheten att öka andelen kvinnliga reportrar, experter och programledare i årets tre stora evenemang – Vinter-OS, Fotbolls-VM och Friidrotts-EM. Resultat: 29 procent kvinnor hade dessa roller i sändningarna från Vinter-OS, 18 procent från Fotbolls-VM och 33 procent från Friidrotts-EM. Bland expertkommentatorerna totalt under året var 31 procent kvinnor, vilket är fler än något annat år. På medverkandesidan får evenemangsidrotten en allt starkare kvinnlig prägel i takt med att de framgångsrika idrottskvinnorna blir fler – ungefär en tredje del av evenemangsutbudet under året har varit damidrott.

Kunskapskanalen har räknat kvinnor och män i sammanlagt 22 program, där andelen kvinnor och män varit 50/50 – 69 kvinnor och 70 män.

I teckenspråksprogrammet *Perspektiv* har man haft som oavvisligt mål att intervjua lika många kvinnor som män. Resultatet blev en viss övervikt för kvinnor – 54 procent.

För första gången har en kartläggning gjorts av andelen kvinnliga filmare i Långfilmsutbudet. Beräkningen gjordes på utbudet 2005, som omfattade 462 filmer. Av dem hade 113, dvs 25 procent kvinnlig upphovsman, huvudsakligen som manusförfattare eller huvudproducent. Av regissörerna var endast 33 personer kvinnor.

Kartläggningen av utbudet 2006 kommer att göras under våren 2007.

För Nöjesprogrammen har ingen systematisk mätning gjorts. Dock är medvetenheten hög om en obalans när det gäller programledare. Årets upplaga av *Melodifestivalen* hade för första gången i den nuvarande formen med flera deltagare en ensam, kvinnlig programledare, Lena Philipsson. I projektet *Humorlabbet* har man uttalat sökt efter kvinnliga komiker och författare, där *Åsa och Gertrud* hade flest kvinnliga medverkande. I fokus för 2007 och 2008 står att hitta fler kvinnliga programledare. Det bör noteras att kvinnor ofta återfinns i tongivande roller bakom kameran i nöjesproduktionerna: *Melodifestivalen*, *Allsång på Skansen*, *Testa ditt val* och kristallenbelönade *Så ska det låta* hade alla kvinnlig projektledning.

När det gäller Dramautbudet har det skett en förändring under senare år med en markant ökning av kvinnliga upphovsmän. Av det som producerats vid SVT Drama i Stockholm var mer än 40 procent av regissörerna kvinnor och när det gäller manusförfattare var andelen ännu större. I Göteborg, är bilden likartad – fyra av nio författare är kvinnor och fem av nio regissörer var kvinnor.

I några stora produktioner dominerar kvinnorna totalt, även i rollistan och det gäller t ex *Kronprinsessan*. Produktionen belönades också med jämställdhetspriset Prix Egalia.

Serien *Lite som du* har enbart kvinnor som författare och regissörer liksom *En uppstoppad hund*, där även rollistan var helt jämställd – fem kvinnor och fem män. Göteborgsproduktionen *Bota mig* har lika många kvinnor och män såväl bakom som framför kameran. *Saltön 2*, som också producerats i Göteborg, har skrivits och regisserats av kvinnor – Viveca Lärn och Carin Mannheimer.

Mångfaldsåret har på Musikens område speglats med bl a sändningar från Re:Orient-festivalen och minoritetssångfestivalen i Östersund. En ambition som inte inskränker sig till 2006, liksom inte heller avsikten att fokusera kvinnor på mansdominerade arenor. Särskilt under hösten presenterades många kvinnliga musiker, sångare och kompositörer i program som *Dirigenten Simone Young*, *Saxofonisten och bandleadaren Sofi Hellborg*,

*Passioner, Electronicabandet Midaircondo, Wagner och gudinnorna, Sjostakovitjs stråkkvartett nr 8 med Indrakvartetten*

Bland vardagsfaktautbudet kan nämnas programmet *Motorist* som medvetet har arbetat med ämnesval och tilltal för att få en mer könsneutral utformning. När det gäller medverkande har man framförallt inriktat sig på en jämn könsfördelning för programledare och testpersoner, där fördelningen varit 50/50 respektive 45/55 kvinnor och män. Reseprogrammet *Packat och klart* har målsättningen 50/50 medverkande kvinnor och män. Resultatet för årets säsong – något kortare än normalt – blev 47/53.

Konsumentmagasinet *Plus* arbetar medvetet med att försöka nå en jämn könsfördelning i inslag och studio. Bäst har man lyckats i intervjuerna – 50/50 – medan ansvariga och experter i studio ofta varit män. Under hösten har förts en diskussion kring ämnesvalet ur könssynvinkel.

Stora ansträngningar har gjorts för att uppnå balans i medverkande i naturprogrammen *Mitt i naturen, Expedition Vildmark* och *Naturnollorna*. Mest framgångsrik har man varit i de båda senare medan den begränsade tillgången på kvinnliga experter gjort det svårare att nå målet 40/60 i det förra.



## 15 **Kvalitetssäkring**

*SVT skall erbjuda ett mångsidigt programutbud som kännetecknas av hög kvalitet i alla programgenrer (sändningstillståndet 8§).*

*Den tekniska kvaliteten på sändningarna skall vara hög. Verksamheten skall utformas så att den inte understiger de kvalitets- och säkerhetsnivåer som sammantaget rådde för programproduktion och utsändning under år 2001 (sändningstillståndet 4§).*

Kvaliteten på SVT:s programutbud kan bedömas ur olika perspektiv och på ett antal olika nivåer, från hela företagets utbud till enskildheter i ett givet program, från professionell kritik till den stora publikens reaktioner. Kvalitet kan aldrig entydigt uttryckas i exakta, allmängiltiga mått. Ändå diskuteras kvalitet fortlöpande bland programskaparna, ofta i dialog med den medskapande publiken.

Tre olika aspekter på programkvalitet är: kvalitet i produktionsprocessen, kvalitet i det utsända programmet och publikens upplevelse av programmet.

Genom Internet kompletterar SVT sina programtjänster. En dialog med och mellan tittarna som en fortsättning på utsända program bidrar till att ytterligare förhöja kvaliteten i programtjänsterna.

### ***Kvaliteve***

Under 2005 genomfördes projektet Kvaliteve med ambitionen att utveckla en ny SVT-gemensam metod för kvalitetsuppföljning av utbudet. Under 2006 har erfarenheter från projektet lett fram till en påbörjad utbildningsplan och en utvärderingsmodell för SVT-utbudet. Avsikten är att under 2007 genomföra Kvaliteve-utvärderingar av minst hälften av SVT:s produktioner.

### ***Kompetensutveckling***

Att utveckla medarbetarnas kompetens är strategiskt viktigt för SVT. Det handlar om att utveckla nya arbetsmetoder och yrkesroller i samklang med medarbetarnas och verksamhetens utveckling. Kompetensutveckling sker både på lokal nivå och centralt. Medarbetare ges kontinuerligt tillfälle till dialog och erfarenhetsutbyte med programskapare inom och utanför företaget.

Under året har totalt 150 medarbetare och 36 ledare deltagit i Utvecklingscentrums program och verksamhet. Utgångspunkten är att fortsatt framgång för SVT är kopplad till att medarbetarna själva är med och tar ansvar för sitt framtida yrkesliv.

Ett av SVT:s övergripande mål för 2006 var att en ökad andel program skulle produceras med förenklade metoder. I syfte att stimulera detta startades under hösten ett nätverk av projektledare med fokus på kunskapsöverföring inom produktionsmetoder.

För chefer har två utvecklingsprogram genomförts under året. Syftet är att cheferna ska bli säkrare i sin roll som ledare, att utveckla rollen som förändringsledare, att lära sig förstå grupper och att utveckla team.

Chefer och arbetsmiljöombud har också utbildats i hanteringen av rehabilitering och i *Talbart* som är en metod för att få igång diskussionen om alkohol och droger.

Seminarier och konferenser arrangeras fortlöpande av samtliga enheter inom SVT. Medarbetarna erbjuds också möjlighet att delta vid mässor eller göra studiebesök vid andra medieföretag inom och utanför Sverige.

### ***Uppdragskontrakt och programkontrakt***

Uppdragskontraktet beskriver uppdragets förutsättningar vad gäller innehåll, form och resurser, och är en överenskommelse mellan PD och chefen i den producerande enheten. I uppdragskontraktet ingår publikmål och villkor beträffande mångfald och jämställdhet. Inom varje enhet skrivs sedan ett programkontrakt med mer ingående beskrivningar av programmet och vilka medel som ska användas för att nå målen i uppdragskontraktet.

### ***Målstyrning***

Målstyrning är ett ledningssystem för genomförande av SVT:s övergripande strategi "SVT. Fri television i världsklass". Efter beslut om införande av målstyrning i december 2005 har SVT tagit fram styrkort för 2006 och 2007. Styrkortens syfte är att konkretisera strategin i en handlingsplan på olika organisatoriska nivåer och omfattar perspektiven publik, utbud, resurser och utveckling. Halvårsresultaten för 2006 års styrkort togs fram i augusti/september och redovisades bl a i presentationer och via SVT:s internportal. Resultaten för hela 2006 kommer att finnas tillgängliga 1 mars 2007.

### ***Testpilot***

Vid utveckling av nya program och vidareutveckling av etablerade program görs i prioriterade fall programprövningar på publik. Inom ramen för Testpilotmetoden får en inbjuden publik visa vad de tycker om ett program, dels genom röstningsmoment via mentometer, dels genom skrivuppgifter och diskussioner. Metoden används inom alla programgenrer och har under 2006 bl.a. bidragit till djupare förståelse av publikens upplevelser av regionala nyheter, trädgårdsprogram och föräldraprogram. Dessutom har två större undersökningar genomförts; en med fokus på nyhetskonsumtion och -utbud och en med fokus på materialet *mellan* programmen, d v s skarvmaterial.

### ***Dialog i andra former***

Spontana och inbjudna reaktioner via Internet i anslutning till program ingår i den utvidgade dialog som programskaparna numera kan föra med sin publik kring programmens teman. Dialogen kan även handla om programmens kvalitet och bidra till deras utveckling. Vidare genomförs årligen ett antal undersökningar där ett representativt urval av befolkningen bereds möjlighet att värdera programutbudet. Publikerna får då möjlighet att betygsätta hur väl de tycker att SVT lyckats inom olika programområden eller med enskilda program. I enkäterna görs också fördjupade studier av publikens åsikter inom olika specialområden. Det kan gälla seriedramatik, nyhetsförmedling eller sportbevakning, men också användningen av SVT:s tjänster på Internet och utnyttjandet av text-TV.

För SVT:s kontakter med publiken i andra former se avsnitt 23.

### ***Junierrådet***

Junierrådet, som inrättades inom SVT i slutet av 2001, verkade även under 2006. Rådet består av yngre medarbetare från SVT:s samtliga enheter med representation från många olika yrkeskategorier. Junierrådet, som förnyas varje år, har till uppgift att skapa nätverk för yngre medarbetare, att följa den unga publikens tv-vanor och bidra med idéer och inspiration till SVT:s utveckling av utbudet, medarbetare och teknik.

### ***Kvalitet i sändningarna***

SVT:s trovärdighet inbegriper inte bara programutbudet i sig, publiken ska också kunna lita på att programmen sänds på utlovat klockslag, utan störningar i bild eller ljud och med textning när så ska vara. Av de mer än 10 000 program som sändes i SVT1 och

SVT2 2006 påverkades ett fåtal av problem i samband med utsändning. De flesta problem som uppstår kan avhjälpas i tid så att inte tittarna blir drabbade. Stora avbrott är mycket ovanliga och beror då oftast på svårkontrollerade yttre faktorer.

Under 2006 inträffade 2 större störningar, som påverkade SVT:s huvudkanaler och resulterade i en ”Tillfälligt avbrott”-skylt.

I de SVT:s temakanaler har avbrott noterats vid 16 tillfällen och orsaken har i de flesta fall varit dataserver-problem. Det är ca 50 procent mindre än föregående år.

Försenade programstarter (mer än fem minuter senare än tablösatt tid) skedde vid 7 tillfällen i samband med försenade och utdragna sportevenemang. Akuta tablåändringar gjordes ett 70-tal gånger. De flesta var föranledda av extrainsatta sport- och nyhets-sändningar. I några fall har sportsändningar utgått p.g.a. dåligt väder och då i vissa fall ersatts av annat program.

Sammanlagt sändes 10 extra sport- och nyhets-sändningar under 2006.

Små förskjutningar i tabblån kan förekomma då levererade program visar sig vara för korta eller för långa. Sena programleveranser försvårar möjligheten att i tid gå ut med eventuell tablåändring. Även vid direktsända evenemang kan det vara svårt att exakt förutse programlängderna i förväg.

Vid cirka 143 tillfällen under året stämde inte den planerade programlängden med den faktiska, detta är i stort sett jämförbart med 2005. Om ett program blir längre än planerat finns det ofta marginaler i programskarvarna att kompensera ett överdrag, men då på bekostnad av programinformation och marknadsföring av kommande program.

Under 2006 har SVT vid flera tillfällen haft problem med programtextning av SVT1 och SVT2.

En viss förbättring har dock skett i förhållande till 2005 i huvudkanalerna. Ca 45 procent mindre fel i SVT1 och SVT2 under 2006. I Kunskapskanalen har tyvärr felet ökat något. Till större delen har detta orsakats av teknikproblem.

Elförsörjningen är säkrad genom flera oberoende system. Avbrott i ordinarie elkraft inom SVT har endast i mycket sällsynta fall givit bildstörningar i pågående sändningar.

Utöver detta har länk och uppkopplingsproblem slutligen noterats vid ca 15 tillfällen under 2006. Orsakerna har i de flesta fall varit väderstörningar (ösregn) och elavbrott på idrottsarenor och liknande händelser

Totalt har störningarna minskat med 15 procent jämfört med 2005.

Ett stort antal störningar i Teracoms nät på grund av kraftavbrott och distributionsfel har drabbat de digitala näten.

## 16 Tillgodose publikens intressen

*SVT skall erbjuda ett mångsidigt programutbud som kännetecknas av hög kvalitet i alla programgenrer. Programmen skall utformas så att de genom tillgänglighet och mångsidighet tillgodoser skiftande förutsättningar och intressen hos landets befolkning (sändningstillståndet 8§).*

Genom att sända i flera kanaler kan Sveriges Television erbjuda program av olika karaktär vid ett och samma tillfälle. Att ge alternativ är också en princip som ligger till grund för utformningen av programtablåerna under de tider på dygnet då flest människor har möjlighet att se på tv (bilaga 4).

Nyhetsändningar kan ses som ett slags fasta punkter i en annars varierad tablå. SVT:s båda huvudkanaler tillhandahöll nyhetssändningar från tidig morgon till sen kväll, med *Gomorrön Sverige* kl. 06.00-09.30 och *Rapport* kl. 12.00 och kl. 16.00 på dagtid. Efter klockan 17 sänds nyheter till riktade målgrupper. *Nyhetsstecken* på teckenspråk har inlett blocket kl 17.20 följt av *Oöddasat* på samiska kl 17.30 varefter följde *Utiset* på finska, kl. 17.45. Därefter sändes *Regionala nyheter* kl. 17.55 och slutligen *Aktuellt 18* i 15 minuter.

Nästa block med nyhetssändningar har legat kl 19.00 då *Kulturnyheter* huvudsändning följts av *Regionala Nyheter* kl. 19.10 och *Rapport* i huvudsändning kl 19.30. Senare på kvällen har publiken kunnat se *Aktuellt 21, A- ekonomi* kl. 21.25 och en halvtimme senare *Nyhetsammanfattningen* kl. 22.00, *Sportnytt* kl. 22.03 och den sista upplagan av *Regionala Nyheter* kl. 22.15 avslutade med en utökad regional väderprognos.

Sent på kvällen har huvudkanalerna erbjudit ett block med en sen upplaga av *Rapport* följt av en återutsändning av *Kulturnyheter*. Detta nyhetsblock har sänts på varierande tid i anslutning till ordinarie kvällsutbuds slut men innan kvällens sena reprisblock börjat.

Före klockan 18.00 består utbudet av ungefär lika mycket förstasändningar som repriser, men medan merparten av förstasändningar denna tid består av Fakta, Nyheter eller Sport är reprisutbudet koncentrerat på servicerepriser av Fakta, Fiktion och Nöje.

Mellan kl. 18.00 och 23.00, den tid då de flesta förlägger merparten av sitt tv-tittande, är repriserna i stället få och tablån ska kännas ny varje kväll. De repriser som ändå förekommer på denna tid är huvudsakligen Fiktion, där såväl egenproducerade som inköpta program kan få ett andra visningstillfälle, vilket då i regel är återutsändning av program, som sänts för ganska länge sedan. Så har till exempel komediserier eller långfilmer fått ny publik vid en andra visning. Inte sällan handlar det också om ett kärt återseende av uppskattade program. Under 2006 har också ett antal Faktaprogram haft pristid inom bästa sändningstid. Ett exempel är *Robins* som har en sent placerad förstasändning på onsdagar med en tidigare repris inom ramen för bästa sändningstid på torsdagar. De båda sändningstillfällena samlar ungefär lika stora men helt olika publik. Andra exempel på repriser på 19.30-tid är *Toppform*, *Toppkandidaterna*, *Nya rum* och *Musikbyrån* – alla med ordinarie sändningstid 21.30.

Efter kl. 23.00 dominerar återigen servicerepriserna. Tyngdpunkten i utbudet ligger på Fakta och Fiktion (tabell 16 a).

Det riktade nyhetsutbudet för språkliga minoriteter är i stor utsträckning programlagt strax före *Aktuells* 18-sändning i SVT2 (tabell 16 b). Barnutbudet på minoritetsspråk

har sina sändningstider i anslutning till mer omfattande förmiddagsblock av barnprogram på lördagar och söndagar.

Programtablå och utbud för SVT1 och SVT2 behöll under 2006 en i stort sett oförändrad struktur. Några små justeringar gjordes dock genom att programmen *Sverige!* och *Kobra* fick nya sändningstider då *Kobra* övertog *Sveriges* sändningstid på måndagar. *Sverige!* flyttade då in i SVT2 med sändningstid omedelbart före *Veckans Konsert*. *Faktum* bytte sändningsdag till måndagar. *Musikbyrån*, som bevakar populärmusiken, fick en ny, tidigare, sändningstid klockan 21.30.

Under 2004 introducerades en Dramatid på tisdagar 21.00 som i princip fyllts av dramatik, ofta svensk eller nordisk, som på s. k. prime time ändå inte är begränsad beträffande form och innehåll, vilket är fallet vid sändning med en tidigare start. På denna tid har SVT under 2006 sänt serierna *Poliser* och *Örnen*.

Tisdagar 20.00 i SVT2 introducerades 2005 en tid för kulturprogram. Slotten har under 2006 innehållit program som *Bokbussen*, *Babel*, *Bästa Form* och *Arty*.

SVT tillämpar olika versioneringar i syfte att göra program med utländskt tal tillgängliga för den svenskspråkiga publiken. Begreppet versionering innefattar översättningstextning, översatt berättartext, dubbning samt text-tv-textning av översatt berättartext. Program kan också versioneras genom att kommentator används. Detta gäller i huvudsak sportprogram, men också andra direktsända evenemang som EBU:s *Nyårskonsert från Wien* eller tävlingen *Unga musiker*.

Under 2006 ökade versioneringen av program med 461 timmar eller 17 procent jämfört med året innan. Så gott som hela ökningen förklaras av det stora sportåret 2006 med många kommenterade sportsändningar. Även dubbningen ökade något. Huvudsakligen gäller det programutbudet för barn. Den största delen (2 199 timmar) av versionering svarar översättningstexten för (tabell 16 c).

## 17 Typer av produktion

SVT producerar program runt om i landet såväl med egen personal som med hjälp av visstidsanställd specialkompetens. Det förekommer också att produktionsbolag får i uppdrag att genomföra produktioner liksom att sändningsrätt till program erbjuds till förvärv. Mellan tv-bolag framförallt i Norden förekommer också produktions-samarbeten. SVT samverkar dessutom i olika former med filmbranschen.

### 17.1 Allmänproduktion

*Den del av allmänproduktionen i SVT:s rikssändningar som produceras utanför Stockholm skall under tillståndsperioden uppgå till minst 55 procent (anslagsvillkoren p.13).*

Till allmänproduktion räknas egenproduktioner, produktionsutläggningar, samproduktioner samt svenska förvärv inom programkategorierna Fakta, Fiktion, Musik, Nöje, Nyhetsmagasin riktade till barn och ungdom, Sportdokumentärer, Sportreportage och korta pausprogram. Inköpt äldre svensk biografilm inkluderas inte i definitionen. Inte heller ingår nyhetsservice för funktionshindrade och för minoriteter.

Allmänproduktionen i SVT:s huvudkanaler uppgick till 1 251 timmar under 2006 och det var en minskning med 210 timmar jämfört med 2005. Andelen allmänproduktion utanför Stockholm uppgick under 2006 till 62 procent vilket är en mycket stor ökning jämfört med föregående år. Produktionsvolymen minskade mer i än utanför Stockholm. Egenproduktionen i regionerna minskade med 64 timmar medan antalet timmar i produktionsutläggning, samproduktion och förvärv ökade med 34 timmar. Produktionen i regionerna har dock sin tyngdpunkt i egenproduktion vilken omfattade totalt 685 timmar under 2006. Stockholmsproduktionen minskade 2006 med totalt 179 timmar och produktionen i regionerna med 31 timmar (tabell 17.1 a och 17.1 b).

Produktionen av Fakta- och Musikprogram är även 2006 större i regionerna än i Stockholm. Däremot produceras merparten av Fiktion/Långfilm i Stockholm. Nöjesprogrammen, som under 2005 hade en viss övervikt för stockholmsproduktioner, ökar nu åter i regionerna. Särskilt Region Syd har haft en stor volym nöjesproduktion under 2006 (tabell 17.1 c).

Under 2004 konstaterades en kraftig minskning av antalet timmar allmänproduktion, bl. a. till följd av att 2004 var ett stort sportår. På de tider under s.k. prime time då allmänproduktionen vanligtvis ligger tablålagd sändes då fotbolls-EM och sommar-OS. På samma sätt har allmänproduktionen minskat på grund av sport under 2006, denna gång ännu mer än 2004. Basåret 2001 var inte ett år med stora sportevenemang.

### 17.2 Mångfald ur produktionsperspektiv

*Omfattningen av utomstående medverkan och frilansmedverkan av olika slag i programproduktionen skall fortsatt hållas på en hög och jämn nivå (sändningstillståndet 16§).*

Mångfaldsbegreppet kan belysas ur såväl ett utbudsperspektiv som ett produktionsperspektiv. Ur produktionsperspektivet bidrar dels utomstående medverkande i Sveriges Televisions egen produktion, dels anlitade utomstående producenter eller produktionsbolag till mångfalden. Ytterligare ett bidrag till mångfald ger visstidsanställningar av programpersonal i form av vikariat och projektanställningar.

Mångfalden ur utbudsperspektivet belyses med sändningar uppdelade på svenska och främmande programproduktioner (bl.a. tabell 13 a).

Sedan flera år sker den interna redovisningen av samarbetet med utomstående under de tre produktionstyperna *produktionsutläggning*, *samproduktion* och *förvärv* (för definition se avsnitt 26.3). Formerna för produktionssamarbete med utomstående är under ständig utveckling. Ett avtal om produktionsutläggning kan bestå av att SVT bidrar med teknik och redaktionell bemanning, medan rättigheter till manus och format helt eller delvis överförs till producenten/produktionsbolaget. Avtalsbeloppet för produktionsutläggningen blir i detta fall lägre än i en ”normalutläggning” där produktionsbolaget svarar för hela produktionen. På det nordiska planet finns exempel på att samarbetet mellan public service-bolag utvecklas mot gemensamma produktioner med visningsrätt för parterna i respektive land.

Förutsättningarna för att bygga programutbudet på externa krafter i form av samproduktioner, utläggningar och inköp varierar mellan de olika programkategorierna. För programområden som Nyheter, Sport och Fakta är det nödvändigt att i mycket hög grad förlita sig till egenproduktionen, det vill säga ha en hög självförsörjningsgrad. För programområden som Fiktions och Nöje är de tre produktionsformerna naturliga. Inom dessa programområden är också visstidsanställningar vanligare än inom andra områden.

Omfattningen av utomståendes medverkan belyses dels med utbetalade arvoden, dels med antalet medverkande (tabell 17.2 a och b). Omfattningen ger även en spegling av SVT:s roll som arbets- och uppdragsgivare inom kulturområdet.

#### ***Utomstående medverkande***

Ett stort antal personer inom konstnärlig, publicistisk och opinionsbildande verksamhet ger regelbundet bidrag till en mångfald av meningsriktningar och åsikter i programmen. Nyhetsverksamheten engagerar en mängd medverkande t.ex. specialister som belyser olika ämnesområden.

En särskild kategori av utomstående är kulturarbetare, dvs. personer som fått ersättningar enligt de avtal SVT slutit med fackliga organisationer inom teater-, musiker-, dramatiker-, författar- och bildkonstnärsmrådena. Kulturarbetare engageras dock i ökande grad utan tillämpning av dessa avtal, t.ex. i de fall när de arbetar via andra produktionsbolag och erbjuder sina insatser genom sådana. Möjligheterna att redovisningsmässigt fånga upp sådan medverkan av kulturarbetare är små. Ett ökande engagemang av kulturarbetare som arbetar via bolag eller som går vid sidan av nyssnämnda avtal leder alltså i redovisningen till en skenbar minskning av engagemangen av kulturarbetare. Trots dessa brister och oklarheter har SVT dock valt att fortsätta redovisningen enligt de principer som etablerades i den första uppföljningen 1997 (se tabell 17.2 a arvoden och tabell 17.2 b antalet medverkande). För att med arvodesnivån belysa omfattningen redovisas utbetalningarna både i löpande priser och i 2006 års prisläge. Kostnaderna för anlitandet av kulturarbetare var lägre under 2006 än under 2005.

I uppgifterna avseende antalet personer, som av olika programenheter inom företaget uppburit ersättning för medverkan, finns vissa dubbleringar. Då en och samma person varit engagerad både i Stockholm och i övriga landet räknas detta som två medverkande. Därför blir summan avseende medverkande något högre än om man räknar antalet personer som företaget engagerat.

### ***Musikrättigheter***

Utöver direkt medverkande artister används i programproduktionen upphovsrättsligt skyddade musikaliska verk. Omfattningen av denna form av medverkan låter sig inte beskrivas på annat sätt än med utbetalade ersättningar. Enligt avtal betalar SVT ut ersättningar för musikrättigheterna till upphovsrättsorganisationerna STIM (Föreningen Svenska Tonsättares Internationella Musikbyrå), IFPI/SAMI (International Federation of Producers of Phonograms and Videograms/Svenska Artisters och Musikers Intresseorganisation) och NCB (Nordic Copyright Bureau). Ersättningarna kommer kompositörer, textförfattare, musikförläggare och artister tillgodo. År 2006 uppgick utbetalningarna till 52,8 miljoner kronor (år 2005 53,6 och år 2001 49,1 miljoner kronor). Dessa ersättningar ingår inte i redovisningarna till medverkande.

### ***Visstidsanställningar***

Utöver den fast anställda personalen arbetar ett stort antal personer i SVT på tidsbegränsade anställningar. Journalister, redaktionsmedverkande och programledare är exempel på yrkesgrupper som projektanställs för att vidga mångfalden i programproduktionen. Kostnaderna för visstidsanställda (tabell 17.2 c) minskade år 2006 jämfört med 2005.

### ***Produktionsutläggningar, samproduktioner och inköp av svenska visningsrätter***

Omfattningen av fristående producenters och produktionsbolags insatser i SVT:s programverksamhet kan beskrivas med företagets kostnader för produktionsutläggningar, samproduktioner och inköp av visningsrätter (tabell 17.2 e). Gränserna mellan de tre kategorierna är inte absoluta, och därför är den totala volymen avgörande.

De under 2006 utbetalade ersättningarna för samarbeten med utomstående svenska producenter var något mindre än under 2005.

## **17.3 Utbudet fördelat på produktionstyper**

*SVT ska under tillståndsperioden inte prioritera ytterligare utläggningar av produktioner. Omfattningen av utläggningar ska under tillståndsperioden uppgå till högst 2001 års nivå (sändningstillståndet 16§)*

Andelen egenproduktioner, utläggningar och samproduktioner respektive köp av visningsrätter varierar mellan de olika programkategorierna. Nyheter består exempelvis så gott som enbart av egenproduktion, medan Långfilm till största delen består av inköpta visningsrätter.

Förstasändningar av program byggda på produktionsutläggningar utgjorde 70 timmar år 2006 vilket är en liten tillbakagång jämfört med föregående års nivå på 75 timmar. Volymen svenska samproduktioner har ökat några timmar från 92 timmar år 2005 till 103 timmar år 2006. Volymen svenska inköp fortsätter de senaste båda årens trend och minskade från 130 timmar 2005 till 110 timmar 2006. Även SVT:s egenproduktion minskade 2006 med 160 timmar jämfört med 2005. Detta år handlar det om ett ökat antal timmar egenproducerad Sport påverkat framför allt nyhets- och Faktautbudet. Den stora förändringen ligger åter på utbudsområdet Nyheter. Som nämnts i tidigare text har detta att göra med att sportsändningar stora sportår trycker undan andra slags program på bästa sändningstid i tablån. Även det egenproducerade Nöjesutbudet har minskat något mellan åren.



Det främmande utbudet i förstasändning ligger på ungefär samma nivå 2006 som 2005, men den delen som är utländska samproduktioner fortsätter för andra året i rad att öka och uppgår 2006 till 71 timmar i förstasändning. Så gott som hela ökningen kan tillskrivas samarbeten inom programutbudet Fiktion/Långfilm.

Stora delar av utbudet repriseras, men under 2006 har det skett en förskjutning så att reprisering av svenskt utbud minskat med 109 timmar till 2 508 timmar 2006. Den främmande produktionen har i gengäld ökat från 1 295 timmar år 2005 till 1 558 timmar år 2006 (tabell 17.3 a).

I SVT:s temakanaler är i stort sett allt svenskt utbud egenproduktion och totalt 64 procent av utbudet är av svenskt ursprung. I temakanalerna har det inte varit möjligt att särskilja sändningarna som förstasändning eller reprisering utan allt utbud hanteras därvidlag på samma sätt, men troligen är utökad reprisering i Kunskapskanalen en del av förklaringen till ökningen av tiden för främmande produktioner (tabell 17.3 b).

#### 17.4 Program av europeiskt ursprung

*Den som sänder tv-program över satellit eller med stöd av tillstånd av regeringen skall, om det inte finns särskilda skäl mot det, se till (...) att mer än hälften av den årliga sändningstiden upptas av program av europeiskt ursprung, och (...) att minst tio procent av den årliga sändningstiden eller minst tio procent av programbudgeten avser program av europeiskt ursprung som har framställts av självständiga producenter; en så stor andel som möjligt bör utgöras av program som färdigställts under de närmast föregående fem åren. (Radio- och TV-lagen 6 kap 8 §)*

År 2006 var 83 procent av SVT:s utbud i huvudkanalerna av europeiskt ursprung. Det är en något ökande andel sedan 2001 (tabell 17.4). Det europeiska utbudet har ökat med 94 timmar från föregående år.

Andelen programtid, som förvärvats av fristående europeiska producenter, var år 2006 16 procent, vilket är ungefär samma nivå som tidigare år. Totalt sändes 1 141 timmar från fristående producent.

#### 17.5 Formatproduktion

Inköp och sändning av så kallade programformat blir allt vanligare runt om i världen i såväl kommersiella som tv-avgiftsfinansierade tv-kanaler. Det är framförallt inom programgenrer som Underhållning, Fakta/fritid och Drama (främst så kallade såpoperor och sitcoms) som inköp av programformat görs. Med programformat avses förvärv av rättigheter att producera en egen version av ett program, som redan producerats eller utvecklats på någon annan marknad.

Fördelen med programformat är att man i förväg kan bedöma hur programmet kommer att fungera publikt. Samtidigt kan utvecklingskostnaderna sänkas genom att det finns en förlaga, där alternativa lösningar redan har testats. Nackdelen är att flertalet programformat som erbjuds är utvecklade för kommersiella kanaler och därför har begränsad användning i en public service-kanal.

För SVT är det viktigt att bevaka utvecklingen på formatmarknaden, eftersom det dels ger en bra bild av hur de internationella programtrenderna ser ut dels ger SVT en god

kontroll över sitt utbud. Utan denna kunskap överlämnar SVT till produktionsbolagen att skaffa sig optioner på internationella framgångskoncept och därigenom kan SVT utestängas från inköp. Genom att SVT besitter denna kompetens kan företaget också kontrollera produktionen av inköpta format bättre, till exempel avgöra om programmet lämpar sig bäst som egenproduktion eller ej.

SVT sände under 2006 fyra programserier som bygger på internationella programformat: *Testa Ditt Val*, *Antikrundan*, *Bingo Royale* och *Så ska det låta*. Av dessa fyra producerades tre av externa produktionsbolag: *Så ska det låta* (MTV Mastiff), *Testa ditt val* (Eyeworks) och *Bingo Royale* (Nordisk Film). Tre av titlarna producerades i sina originalversioner av andra public service-bolag: *Antikrundan* producerades av BBC, *Så ska det låta* av irländska RTE och *Bingo Royale* av danska TV2 Zulu. *Testa ditt val* producerades i original för den holländska kanalen SBS. SVT har sammanfattningsvis valt att producera/sända internationellt framgångsrika format främst från andra public service-företag.

Formatet *Amigo*, som utvecklats av SVT, DR och NRK tillsammans inom ramen för Nordvisions-samarbetet, såldes under 2006 till Vietnam. Formatet *Doobidoo*, som utvecklats av SVT, såldes under 2006 till Polen och Australien. Formatet *Helt Historiskt*, utvecklat av SVT i samarbete med Troja, såldes under 2006 till Norge.

## 18 Myndighetsmeddelanden

*SVT skall kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det. SVT skall se till att meddelandet ges en lämplig utformning och att det inte genom sin omfattning eller på annat sätt inverkar menligt på programverksamheten (sändningstillståndet 17§).*

I kortprogrammet *Anslagstavlan* sänds meddelanden från svenska statliga myndigheter till landets befolkning om medborgerliga rättigheter och skyldigheter gentemot samhället samt information av varnande karaktär i syfte att skydda enskildas liv och hälsa. *Anslagstavlan* sändes vid 112 tillfällen under 2006, vilket var en viss minskning jämfört med året innan. Varje program innehöll mellan fyra och sex myndighetsmeddelanden och sändes i SVT1, SVT2 samt i SVT Europa. Tittandet varierade starkt beroende på sändningstid. I genomsnitt sågs *Anslagstavlan* av 149 000 tittare per gång.

## 19 Granskning av programmen

*SVT skall till Granskningsnämnden för radio och TV lämna uppgifter som är nödvändiga för nämndens bedömning om sända program stämmer överens med de villkor som gäller för bolaget (sändningstillståndet 18§).*

SVT:s tillämpning av bestämmelserna i sändningstillståndet och radio- och TV-lagen är avgörande för programföretagets oberoende och trovärdighet. Särskilt betydelsefullt är kravet att sändningsrätten ska utövas opartiskt och sakligt. Hur bestämmelserna följs granskas i efterhand av statliga Granskningsnämnden för radio och TV. Nämnden tar emot anmälningar från allmänheten och kan även ta egna initiativ.

Det stora flertalet av SVT:s program blir aldrig föremål för anmälningar till Granskningsnämnden. Nyhetssändningar (rikssända och regionala), samhällsprogram, kritiskt granskande konsumentprogram och satirprogram är dock programområden som drar på sig anmälningar. Ofta har anmälarna uppfattningen att granskande program eller nyhetsinslag strider mot sändningstillståndets krav på opartiskhet och saklighet och att satirprogram genom sin utformning och sitt innehåll inte tar tillräcklig hänsyn till televisionens särskilda genomslagskraft.

Det totala antalet anmälningar mot SVT:s program var 629 stycken 2006 att jämföra med 726 året före. Sedan 2001 är det årliga antalet anmälningar många fler än tidigare år, bland annat genom att anmälningsförfarandet förenklats genom en mall på Granskningsnämndens hemsida.

När nämnden finner att fråga om brott mot bestämmelserna aktualiseras skall programföretaget ges tillfälle att yttra sig i saken. Dessa yttrandeärenden omfattade 50 program under 2006. 37 program, eller tre fjärdedelar av yttrandeärendena, friades av nämnden medan 13 fälldes. Det sistnämnda innebär att antalet fällningar 2006 sjönk till den lägsta nivån för den senaste tioårsperioden (tabell 19 a).

Merparten av yttrandeärendena 2006 rörde kravet på opartiskhet och/eller saklighet. Av dessa program fälldes sju, jämfört med fyra under 2005 och tio under 2004. Fällningarna avseende sponsring, gynnande och reklam minskade 2006 till fyra från att ha varit nio under 2005 och sex under 2004. Tre gällde otillbörligt gynnande av kommersiella intressen medan det fjärde var en följd av nämndens ändrade tolkning av bestämmelserna för inplacering av sponsormeddelanden vid direkt sponsring.

Fällningarna för bristande hänsyn till mediets genomslagskraft minskade 2006 till en, jämfört med tre under 2005. Fällningen gällde en kort scen ur en konstfilm med Barbie- och Ken-dockor i en sexuell situation; scenen ingick i ett en timme långt konst- och kulturreportage som sändes före kl 21.00.

Enligt sändningstillståndet har programföretaget skyldighet att respektera den enskildes privatliv om inte ett oavvisligt allmänt intresse kräver annat. I likhet med 2004 och 2005 fälldes SVT i ett sådant fall under 2006 (tabell 19 b).

I enlighet med programföretagets skyldighet har SVT i sändning redogjort för Granskningsnämndens fällningsbeslut, s.k. pliktsändningar. Såväl fällande som friande beslut följs upp inom SVT av programsekretariatet och programansvariga.

## 20 Forskning om programmen och om SVT

Utomstående forskningsinstitutioner genomför studier av såväl Sveriges Televisions programutbud som av allmänhetens inställning till Sveriges Television. Oberoende mätningar och analyser är av värde för SVT:s egen programutveckling, men de ger också värdefullt underlag till en bredare diskussion om SVT:s roll och verksamhet.

### *Det svenska TV-utbudet*

På uppdrag av Granskningsnämnden för radio och TV genomför professor Kent Asp vid Göteborgs universitet återkommande studier av programutbudet i svensk television. Den senast publicerade rapporten ”Svenskt TV-utbud 2005” sammanfattar året 2005 och publicerades under våren 2006.

I 2005 års undersökning ingick elva kanaler: SVT1, SVT2, SVT24, Barnkanalen, Kunskapskanalen, TV4, TV4+, TV3, ZTV, TV8 och Kanal 5. Utbildningsradions program har samlats för en egen redovisning.

I rapporten pekas inledningsvis på att SVT:s huvudkanaler uppvisar stor mångfald både inom det informationsinriktade och det underhållningsinriktade utbudet. SVT1 var den bredaste kanalen av alla sedd ur båda perspektiven. Både SVT24 och Kunskapskanalen karaktäriseras som smala faktakanaler. SVT1 beskrivs som mer inriktad mot underhållning medan SVT2 är mer inriktad mot Nyheter och Fakta. På bästa sändningstid finns dock i det samlade utbudet i SVT1 och SVT2 en liten övervikt för det underhållningsinriktade programutbudet.

Totalt sett förändras SVT1:s och SVT2:s mångfaldsprofiler förhållandevis litet mellan 2004 och 2005 medan TV3 och TV4 uppvisar kraftiga förändringar. Den senare kanalen går i riktning mot ett bredare Faktautbud och avsmalnande Underhållningsutbud medan den förra kanalen förändrats i rakt motsatt riktning.

### *SOM-institutet*

I den årliga SOM-undersökningen, som genomförs av SOM-institutet (samhälle, opinion, massmedia) vid Göteborgs universitet, kartläggs bland annat svenskarnas förtroende för olika samhällsinstitutioner, yrkesgrupper och mediers innehåll. Radio/TV har genom åren generellt rankats högt och tillhör de samhällsinstitutioner som svenska folket uttrycker stort förtroende för. Tendensen var dock vikande för radio/TV under åren 2002 och 2003 då resultaten i det mått som används – opinionsbalans – var de lägsta som mätts upp för radio/TV sedan mätserien i SOM startade 1986. En ännu kraftigare vikande tendens uppvisar dagspressen, som genomgående har legat på en lägre förtroendenivå än radio/TV. Mätdata från 2004 uppvisade dock en återhämtning i opinionsbalansen och i mätningen från 2005 består den nivån för radio och tv i allmänhet.

Vissa år (senast 2000) redovisar också SOM-mätningarna allmänhetens förtroende för journalisterna inom radio/TV och inom dagspressen. Förtroendet för journalisterna som yrkesgrupp ligger i sådana mätningar lågt och lägre än förtroendet för massmedierna som institution.

Trots tidigare låga och vikande siffror i opinionsbalans för radio och TV som institutioner, visar SOM-undersökningarnas kartläggningar av förtroende för innehållet hos ett urval av medier på en fortsatt stark ställning för programföretaget Sveriges Television. Den under 2006 publicerade SOM-rapporten, ”Du stora nya värld”, visar att andelen som visar mycket stort förtroende för innehållet i Sveriges Television ökat från 17 procent till 21 procent vilket betyder en ytterligare förbättring från året innan.

Andelen av de tillfrågade som 2005 ansåg att SVT:s innehåll inger mycket eller ganska stort förtroende ligger därmed på 73 procent. I en faktoranalys där man relaterat förtroendemätningen till mediernas huvudsakliga funktion beskrivs även olika dimensioner i medieförtroendet. I denna analys toppar SVT tillsammans med Sveriges Radio listan i det som kallas ”informationsdimensionen”. Detta är snarast att se som den image de tillfrågade tillskriver public servicemedierna i jämförelse med andra medier – inte som en beskrivning på hur de huvudsakligen används.

Förtroende bland allmänheten i stort beskrivs i SOM-redovisningarna som mediets förtroendebas. Men även när analyserna fokuseras på användarnas förtroende för respektive massmedium framkommer Sveriges Televisions ledande ställning.

### ***MedieAkademin***

I de årliga kartläggningar av förtroendet för samhällsinstitutioner och massmedier i Förtroendebaren, som genomförs på uppdrag av MedieAkademin i Göteborg, framkommer samma tendenser som i SOM-mätningarna. Förtroendebaren har dock visat på kraftigare utslag mellan åren, sannolikt beroende på metodskillnader i datainsamlingarna.

Förtroendet för radio/TV och dagspressen hade fallit under flera år, men hösten 2003 vände förtroendet åter uppåt. Mätningarna hösten 2006 visar på att denna ökning av förtroendet fortsätter.

När det gäller förtroendet för olika medieföretag ligger Sveriges Television även i dessa mätningar på en hög nivå, betydligt högre än konkurrenterna TV4 och TV3. År 2006 uppmättes att 72 procent av de svarande hade mycket eller ganska stort förtroende till hur SVT sköter sitt arbete.

### ***Annan forskning***

Stiftelsen Etermedierna i Sverige finansierar forskning om radio och tv. Huvudsakligen har forskningen hittills rört etermediernas äldre historia. År 2006 publicerades dock boken *Sex, såpor och svenska krusbär*, en studie av professor Leif Furhammar om utvecklingen av såväl drama- som underhållningsgenren under den period som public servicetelevisionen varit konkurrensutsatt. Under våren 2007 publicerar forskaren Anna Maria Jönsson och professor Jesper Strömbäck sin forskning kring nyhets- och samhällsprogrammen och hur dessa förändrats i SVT till följd av konkurrens från kommersiella kanaler under titeln *TV-journalistik i konkurrensens tid*.

I Public serviceredovisningen 2005 presenterades också en genomgång av Granskningsnämndens studie av hur väl SVT speglar hela landet i sitt programutbud. Någon liknande undersökning har inte upprepats varför vi hänvisar intresserade läsare till sammanfattningen i förra årets rapport. Där återfinns även en genomgång av pågående forskningsprojekt med public service i fokus.

## 21 Utomståendes bedömningar

De viktigaste internationella festivalpriserna och -nomineringarna för SVT-program år 2006 var:

*Att tala med djävulen*, Producent Peter Löfgren, Projektledare Axel Arnö

«Prix Meilleure Investigation», Bästa undersökande reportage. (Figra, Festival International Grand Reportage d'actualité, Le Touquet, Frankrike)

*Bergman – Une Trilogie: Bergman och filmen, Bergman och teatern och Bergman och Fårö*, Producent Marie Nyneröd, Projektledare Vera Bonnier

”Award for Best Portrait”, Bästa Porträtt, (Fifa, Festival International du Film sur l'Art, Montreal, Canada)

*Enough Rope*, Producent Bobo Ericzén, Barracuda Film&TV, Projektledare Christina Hörnblad, SVT

Hedersomnämning i kategori 2 ”Music and Dance programmes adapted for TV”. (Golden Prague, 43:e Internationella TV Festivalen i Prag, Tjeckien). Inget pris delades ut i kategorin.

”Rockie Award” i kategorin Performance Programs, d.v.s. priset för Bästa program i kategorin. (Banff World Television Award, Banff Canada)

*God morgon alla barn*, Region Väst/Göteborg och Bob Film, producent Jan Blomgren, projektledare Christian Wikander SVT.

”Special Commendation” i kategorin TV Fiction (Prix Europa).

*Lasermannen*, producent/regissör Malcolm Dixelius/Gellert Tamas, projektledare Axel Arnö.

”Special Commendation” i kategorin TV IRIS (Prix Europa).

*La Nilsson*, producent Jonas Jannopoulos, projektledare Camilla Lundberg

Hedersomnämning i kategorin “Performing Arts/Music and Art Documentaries”, (Prix Italia, International Competition for Radio, Television and Web).

*Om Stig Petrés hemlighet*, Regissör Harald Hamrell, Manus Ulf Kvensel, Projektledare Cecilia Norman Mardell

”Prix du Jury Professionnel” för Bästa Dramaserie, ”Prix de Public” för Bästa Dramaserie, ”Priset för Bästa Musik” till Adam Norén. (Reims TV Fictionfestivalen, Reims, Frankrike).

*Uppdrag granskning: Fallet Ulf*, Producent Hannes Råstam, Projektledare Nils Hanson

”Prix Fipa d'or” (Guldfipa) för Bästa Reportage, (Fipa, Festival International de Programmes Audiovisuels, Biarritz, Frankrike),

”Guldnyfem” för Bästa produktion i kategorin News Documentaries, (Monte-Carlo 46:e TV Festival, Monte Carlo, Monaco).

”Special Commendation” i kategorin TV Current Affairs, (Prix Europa).

## 22 Publiken<sup>17</sup>

### 22.1 SVT:s ställning hos publiken

Sveriges Television ska ha en bred utgivning av program. Genom möjligheten att sända olika program samtidigt i flera kanaler ökas valfriheten för publiken och bredden tydliggörs. Vid utgången av 2006 hade 92 procent av TV-befolkningen 3-99 år tillgång till ett utbud utöver det som erbjuds i det analoga marknätet. 57 procent hade tillgång till digitala sändningar via operatör i marknätet, någon satellitplattform eller kabeloperatör.<sup>18</sup>

Tidigare har tillgång till digital mottagning varit en förutsättning för tillgång till SVT:s temakanaler, men sedan sommaren 2005 har en överenskommelse med de stora kabeloperatörerna möjliggjort en omvandling av temakanalernas signal till analog kabelsändning – något som gjorde att penetrationen för såväl SVT24 som Barn- och Kunskapskanalen ökade kraftigt under hösten 2005. Tillgången till temakanalerna har ökat kraftigt även under 2006, som en följd av det fortsatta införandet av digital-tv och nedsläckningen av det analoga sändarnätet.

Temakanalerna har under 2006 något ändrat sin sändningsvolym (beträffande sändningstid hänvisas till kapitel 5.3-5.5).

SVT strävar på många sätt efter att bibehålla och stärka publikens förtroende för företaget. SVT vill stå för trovärdighet, mångfald och kvalitet. Medborgarnas attityd till företaget är därför viktig att följa. Men det är inte tillräckligt att public service-tanken som sådan har stöd eller att utbudet till sin sammansättning av olika bedömare anses ha en public service-prägel. Programutgivningen blir ytterst ”public service” först då publiken väljer att titta på de program som erbjuds. Därför är det viktigt att följa i vilken utsträckning tittarna tar del av utbudet. Detta sker genom publikmätningar av enskilda program såväl som av programserier. Det sker också genom återkommande mätningar av publikens uppskattning av olika programsatsningar.

Det enskilda programmet ger sitt bidrag till den samlade bilden av publikens relation till TV-företaget. Genom mått på intresset för tusentals programtitlar får företaget detaljerad kunskap om publikens val. Dessa mått kan i sin tur sammanfattas i de båda måtten räckviddsandel och tittartidsandel och visar på ett enkelt sätt hur företaget som helhet lyckats nå publiken. Även om dessa mått är kvantitativa och bygger på hur lång tid publiken ser på SVT eller i vilken omfattning de tittar in i programmen, kan de ges en kvalitativ tolkning. Befolkningen väljer att titta på TV då man har fri tid att disponera och man lägger denna tid på de program som vid den tidpunkten bäst stämmer överens med vad man definierar som ”ett bra program”. Därför måste en hög räckviddsandel tillsammans med en hög tittartidsandel tolkas som ett mått på publikens kvalitativa värdering av utbudet. SVT menar att det är ett mått på utbudets kvalitet att en stor andel av TV-tittarna väljer att titta på SVT:s kanaler och lägger en avsevärd del av sitt tittande på de program som erbjuds. Det hindrar inte att det enskilda programmet kan ha, och i många fall även syftar till att nå, en relativt liten publik.

<sup>17</sup> Kapitel 22 bygger till stor del på datakörningar av publikutfall genererat från de publikmätningar som tillhandahålls av Mediamätningar i Skandinavien AB. Texten hänvisar på övergripande nivåer till tabellbilagan. I några avseenden, särskilt då utfall för undergrupper anges eller beskrivningar av publikutveckling av icke-SVT-kanaler görs, saknas angivna referenser i texten. För dessa delar har datakörningar funnits tillgängliga för revisorerna vid revisionen.

<sup>18</sup> MMS Basundersökning 2006

I följande avsnitt beskrivs publiken till SVT:s utbud ur olika perspektiv. En kortfattad beskrivning av de olika förekommande undersökningarna finns i avsnitt 26, Källor, definitioner och begrepp.

## 22.2 Utbud och konsumtion för SVT:s båda huvudkanaler

Utbudets fördelning på olika programkategorier kan kopplas till hur publiken fördelat sin tid mellan samma programkategorier. När de båda procentfördelningarna samlas i ett gemensamt mått får man en beskrivning av överensstämmelsen mellan SVT:s och publikens fördelning av tid på olika utbudskategorier. SVT har valt att kalla måttet (kvoten mellan två procentvärden) för samstämmighetsindex. Om publiken lägger ungefär lika stor andel av sin tittartid på ett slags programutbud som SVT avsatt för detta utbud i tablån kan en samsyn anses råda och måttet ligger nära värdet 1. Jämförelsen gäller utbudet ur ett tittarperspektiv. Data kring utbudet skiljer sig från tidigare presenterade uppgifter eftersom de regionala nyhetssändningarna inkluderats samt det parallellt sända utbudet i SVT24 och SVT:s huvudkanaler (jfr tabell 6 a). Utbudet har vidare rensats från sådan sändningstid som inte ingår i publikmätningarna såsom exempelvis trailer och hallå. Analysen omfattar också i detta fall endast de båda huvudkanalerna SVT1 och SVT2 vad beträffar såväl konsumtion som utbud. Det är också på sin plats att nämna att programkategorierna för 2006 bygger på ny utbudskodning varför tabellerna i jämförelse med tidigare år har olika utformning (tabell 22.2).

Den största enskilda programkategorin i SVT:s utgivning enligt 2006 års kodning är *Nyheter*. Drygt 25 procent av utbudet utgörs av Nyheter och 20 procent av publikens tid för SVT läggs på denna kategori, vilket ger ett samstämmighetsindex på 0,81. Detta är en skenbart kraftig minskning i förhållande till 2005. Minskningen för programkategorin beror på den kraftiga ökningen av sändningstid, nära 2 000 timmar mer 2006, som skett nattetid genom parallellsändning av SVT24:s nyhetssändningar samt invasion-sändningar. Ökningen av sändningstid på nätterna motsvaras inte, på g a sändningstiden, av någon jämförbar ökning i tittad tid. Tidigare år har som nämnts en tydlig överefterfrågan på SVT:s nyheter synts, t ex var samstämmighetsindexet 2005 1,24. Det positiva utfallet, trots den stora volymen av nyheter, speglar dels det faktum att publiken tittar mycket på nyheter, dels att sändningarna i sin helhet består av förstasändningar. Att tillföra nattsändningarna i utgivningen ökar onekligen servicegraden även om nyttjandegraden inte går att jämföra med den som gäller för traditionella kvällssändningar.

Programkategorier med program som sänds med repris, ibland två repris, får av förklarliga skäl en betydligt blygsammare tillökning av tittartid vid första och andra repriserna samtidigt som sändningstiden dubblas respektive tredubblas. En programkategori som ofta har två repristillfällen, och därmed rimligen får ett lägre samstämmighetsindex, är *Fakta*programmen. *Fakta*programmen är för första gången 2006 fördelade över flera kategorier: För *Fakta/samhälle* är sändningstiden 15,5 procent av det totala utbudet och andelen av tiden 11,1 procent. Det ger ett samstämmighetsindex på 0,72. Programkategorin innehåller ”morgonsoffan” i Gomorron Sverige, och har därmed en stor del av sin sändningstid utanför bästa sändningstid, vilket inverkar negativt på indexvärdet. *Fakta/Vetenskap* har en lägre sändningsvolym, 2,4 procent, och en lägre andel av tittartiden, 2,2 procent. Samstämmighetsindexet blir 0,93. *Fakta*programmet *Fritid* är mycket populär med



program som Packat och Klart, Landgång etc, och har en överefterfrågan och ett samstämmighetsindex på 1,18. Programkategorin *Kultur* som, med undantag av musikprogram, t o m 2005 ingick i Fakta, har ett samstämmighetsindex på 0,58, vilket är resultatet av en andel av sändningstiden på 9 procent av utbudet och en andel av tittandet på 5,2 procent. Även om tiden som ägnas programkategorin är förhållandevis låg medför en bredd av utbudet i denna genre att över 20 procent av befolkningen en genomsnittlig vecka tar del av något av SVT:s kulturprogram, se vidare kapitel 22.6 nedan.

Programkategorin Arena utgörs till övervägande del av program som sänts under titeln "24 Direkt", med bl a riksdagssändningar under eftermiddagstid i SVT2. Arena är 7,8 procent av utbudet och genererar 0,7 procent av den tittade tiden. Det ger ett samstämmighetsindex på 0,08 procent. Indexvärdet ska ses i ljuset av de förutsättningar programmen har att få en publik, de sänds dagtid då få har möjlighet att titta, de är parallellsändningar där huvudkanalen är SVT24 (vilken inte analyseras här) och de är oftast långa oredigerade sändningar. "24 Direkt" får uppskattning bl a för sitt demokratiska värde och den möjlighet som ges tittarna att få tillgång till debatter, föredrag, utfrågningar etc som annars hade fått än mindre spridning.

Fiktion/Drama är det näst största programområdet sett till sändningsvolym och tredje störst sett till andelen tittartid. 17,5 procent av sändningstiden och 18,4 procent av tittartiden ger ett samstämmighetsindex på 1,05. Hög samstämmighet råder således mellan utbud och användning enligt måttet beträffande Fiktion/Drama.

Två programområden där det råder kraftig överefterfrågan är Underhållning och Sport. Båda kategorierna utgör vardera ca 9 procent av utbudet. Tittarna lägger dock en betydande del av sin tid på dessa programkategorier och Sport är 2006 den publikt största kategorin hos SVT med 20,6 procent av den tittade tiden. Andelen är betydligt högre än tidigare år vilket hänger samman med sändningen av 2006 års stora sportevenemang så som OS, Fotbolls-VM och Friidrotts-VM. Det finns således en kraftig överefterfrågan på sport och samstämmighetsindexet landar 2006 på 2,35 (2005 var det 1,33). Samstämmighetsindexet för Underhållning är 1,74. Programkategorin genererar 16 procent av tittartiden.

### 22.3 Räckvidd

För att vara angelägen för alla måste SVT sträva efter att varje dag på året ha ett utbud som lockar olika grupper av människor. Bara då kan man påstå att den bredd och mångfald som präglar utbudet också anammas av publiken. Alla människor tittar inte på TV varje dag. Drygt en fjärdedel av befolkningen avstår av olika skäl, men majoriteten, tre av fyra svenskar, tar del av något TV-program en genomsnittlig dag. Det är bland TV-tittarna SVT mäter och bedömer utbudets förmåga att intressera olika grupper i publiken och tillgodose olika tittargrupperns önskemål. SVT1 och SVT2 har båda stor publik. SVT ses dagligen av i genomsnitt 4,6 miljoner tittare. För de tre temakanalerna SVT24 Barnkanalen och Kunskapskanalen är den dagliga räckvidden ännu så länge begränsad, bland annat till följd av kanalernas lägre penetration – under 2006 tog i genomsnitt 290 000 dagligen del av SVT24, 176 000 av Barnkanalen och 97 000 tog del av Kunskapskanalen. Detta innebär att kanalerna ses av mer än dubbelt så många som föregående år (tabell 22.7).

I följande analys ingår tittandet på samtliga Sveriges Televisions kanaler – såväl huvudkanalerna som temakanalerna. Även om temakanalernas publik fortfarande är begränsad innebär användningen av dem ett tillskott till den publik som uppsökt huvudkanalerna under ett dygn.

Tillsammans hade SVT:s fem kanaler en daglig räckviddsandel på 74 procent vilket är två procentenheter lägre än föregående år och fem procentenheter lägre än 2001 (tabell 22.3 a). Nedgången är till stor del orsakad av att befolkningen i ökad utsträckning fått tillgång till fler tv-kanaler – många av de som 2005 endast kunde välja mellan SVT1, SVT2 och TV4, kunde i slutet av 2006 välja, och fördela sin tittartid, över betydligt fler kanaler. Trots den ökande konkurrensen väljer således ändå de allra flesta som en vanlig dag tittar på TV, att se på Sveriges Television.

En hög räckviddsandel är en indikator på att SVT:s program är angelägna för befolkningen oavsett ålder. Ung som gammal ska hitta något att titta på i SVT:s kanaler. Programutbudet ska vända sig till såväl män som kvinnor. Olika intressen ska tillgodoses. SVT:s dagliga räckviddsandel har sedan mitten av 90-talet legat på en hög och relativt stabil nivå. Andelen TV-tittare, som sett SVT-kanalerna är högst i de äldsta åldersgrupperna och lägst bland 15-24-åringarna. I gruppen 15-24 år sker ingen minskningen av räckviddsandelen mellan 2005 och 2006. Räckviddsandelen är dock åtta procentenheter lägre än 2001. Det betyder att mindre än hälften av de 15-24-åringar som tittade på TV en genomsnittlig dag under 2006 valde att också se något ur SVT:s utbud. Den åldergrupp SVT tappar mest publik i 2006 i jämförelse med 2005 och 2001 är 3-14-åringarna. Det är också i dessa grupper, 3-14 och 15-24, som SVT under perioden möter hårdast konkurrens från kommersiellt finansierade tv-kanaler.

Redan tidigare år har vi konstaterat minskningar av räckviddsandelen också för åldersgruppen 25-39 år. Den minskningen fortsätter under 2006 till en nivå där två av tre TV-tittare också valt att se något på SVT. Åldersgruppen 25-39 år är en grupp som är synnerligen attraktiv som publik för de reklamfinansierade kanalerna. Det är därför inte konstigt att nedgången slagit hårt där – många kanaler skräddarsyr sina tablåer för att attrahera just den publiken. Trots vissa olikheter mellan generationerna söker ändå en majoritet av tittarna i nästan alla åldrar dagligen upp SVT (tabell 22.3 b).

SVT har drabbats olika hårt av räckviddsbortfallet olika veckodagar. Ingen enskild veckodag nådde under 2006 räckviddsandelar på 80 procent av TV-publiken. Ingen veckodag har heller lyckats återta något av tidigare minskning. Veckosluten har traditionellt en stark ställning hos publiken och SVT har även 2006 högst räckviddsandelar fredag-söndag. Samtliga dagar har dock tappat andelar i jämförelse med 2001 (tabell 22.3 a).

## 22.4 Tittartid

Liksom i föregående avsnitt tas här hänsyn till allt tittande på Sveriges Televisions kanaler, såväl huvudkanaler som temakanaler.

Tiden som ägnas åt TV-tittande är relativt stabil och visar på en liten ökning de senaste åren sett till en tjuugoårsperiod. Detta sker i takt med att nya TV-kanaler introduceras och alltfler hem går från att ha varit s.k. markhushåll till att bli mångkanalhushåll. Under de senaste 10-15 åren har också TV-sändningarna täckt allt större delar av dygnet. Många av de stora kanalerna sänder sedan flera år morgon-TV året runt och lunchnyheter introducerades under senare delen av 90-talet. Eftermiddagarna har fått ett

allt större TV-utbud. Sena kvällssändningar och nattsändningar har också blivit betydligt vanligare i de stora och breda TV-kanalerna jämfört med för tio år sedan.

Vid mitten av 90-talet var tittartiden på all television omkring 135 minuter per person och dag. År 2006 uppmättes 154 minuters tittartid per person och dag. Det är en ökning med åtta minuter jämfört med 2005 och med sex minuter sedan 2001. Stora sportår, såsom 2006 var, innebär vanligtvis också en positiv inverkan på den totala tittartiden på årsbasis. 2006 års ökning är emellertid mer förknippad med den ökande kanaltillgången än med SVT:s omfattande sportsändningar. Även om dessa i sig genererat en stor publik har de totalt sett inte medfört en ökning av tittartiden för SVT:s kanaler. Tillskottet av tittartid sker utanför SVT:s samlade tittartid och utanför de fem stora tv-kanalerna (SVT1, SVT2, TV3, TV4 och Kanal 5). "Övrig tv" är de som bidrar till den ökade tittartiden, däribland SVT:s temakanaler.

På grund av den tilltagande konkurrensen har SVT genom åren successivt tappat andelar av tittartiden till konkurrerande kanaler. Året 2002 uppvisade ett tillfälligt trendbrott. De därpå följande åren, 2003-2006, var emellertid läget åter som tidigare. SVT:s kanaler fick 2006 38 procent av tittartiden, vilket innebar en nedgång med två procentenheter från 2005 och fyra procentenheter sedan 2001.

I ett längre tidsperspektiv har såväl män som kvinnor och såväl unga som gamla minskat andelen tid som ägnats SVT genom den tilltagande konkurrensen från andra TV-företag. Den åldersgrupp som lägger minst av sin tv-tid på SVT:s kanaler är 15-24-åringar, vilka 2006 lade 18 procent av sin TV-tid på SVT:s kanaler. Personer äldre än 60 år är den åldersgrupp som lägger störst andel av sin TV-tid, 53 procent, på SVT. Störst har tittartappet de senaste åren varit bland barn (3-14 år) och unga vuxna (25-39 år), vilka minskat sina tittartidsandelar med nio respektive sju procentenheter mellan åren 2001 och 2006 (tabell 22.4 b).

En förklaring till minskat SVT-tittande bland de yngsta är att allt mer av tittartiden läggs på andra barnkanaler. Det har skett en kraftig förändring i hur barnen fördelar sin tid på olika temakanaler sedan 1996, som är det första referensåret för public service-redovisningarna. Då lade 3-6-åringar mindre än 10 procent av sin tittartid på kanaler utanför de fem stora. År 2006 hade denna andel ökat till 47 procent. Motsvarande nivåer var för 2001 16 procent och för 2005 40 procent. Det finns idag ett stort utbud av kanaler riktade till barn i olika åldrar. SVT:s Barnkanalen är en del i detta utbud och en av de mest använda barnkanalerna bland de yngsta.

Tittartiden för TV varierar mellan olika veckodagar. Under veckosluten ägnas televisionen relativt mycket tid och konkurrensen om tittartiden är hård. SVT:s konkurrenskraft var tämligen jämn under 2006 under veckans dagar med som högst en tittartidsandel på 39 procent (tisdagar, fredagar och lördagar) och som lägst 37 procent (söndagar). SVT:s starkaste dagar, ur publiksynpunkt, har sedan 2001 oftast varit måndagar och fredagar då svenskt drama och bred familjeunderhållning setts av många. (tabell 22.4 a).

Minskande tittartidsandelar för många public service-kanaler är en trend i Europa, vilket framgår av statistik som EBU sammanställt. Ett antal organisationer har på senare år lyckats bromsa eller t.o.m. förändra detta. En viktig och avgörande skillnad länderna emellan är befolkningens ökande eller avstannande tillgång till fler kanaler. I Sverige är, som nämnts tidigare, kanaltillgången för befolkningen inne i ett mycket expansivt

skede. Den senast sammanställda statistiken visar dock att svensk public service fortsatt placerar sig i den övre halvan bland de rapporterade bolagen 2005 (tabell 22.4 c).

## 22.5 Tittandet på kvällstid

Även i detta avsnitt tas hänsyn till allt tittande på Sveriges Televisions kanaler, såväl huvudkanaler som temakanaler. När Barnkanalen slutar sina sändningar kl. 18.00 har Kunskapskanalen tagit över.

SVT har liksom övriga svenska TV-företag sändningar på dagtid och under natten, men den största delen av nyproduktionen och förstasändningarna, nyhetsprogrammen undantagna, programläggs mellan kl. 18.00 och 23.00. Eftermiddagstider och sena kvällstider används i stor utsträckning till servicerepriser. För publiken innebär det att 68 procent av den tid man lägger på SVT läggs på de program som sänds på kvällarna. Detta är en något lägre andel i jämförelse med 2001 då 73 procent av tittartiden på SVT var förlagd till kvällstid.

På kvällarna är SVT också konkurrensmässigt och tittarmässigt starkare än under andra tider. Under tidsintervallet 18.00-23.00 har SVT en högre andel av den samlade tittartiden än under dygnet som helhet. Under 2006 fick SVT 44 procent av allt tittande på kvällen. Även under kvällstiden har Sveriges Television förlorat tittartidsandelar de senaste åren och uppvisar en minskning på fem procentenheter jämfört med året 2001. I tid räknat betyder det att den genomsnittliga personen, som 2006 spenderar 90 minuter framför TV-apparaten på kvällstid, lägger 40 minuter på program från Sveriges Television. På tisdagskvällar, fredagskvällar och lördagskvällar 2006 var SVT:s kanaler som starkast med 46 procent, 45 procent respektive 46 procent av den totala tittartiden 18.00-23.00 (tabell 22.5 a).

SVT:s ställning är tittarmässigt starkare i alla åldrar under kvällen jämfört med dygnet som helhet. I jämförelse med 2001 minskar SVT:s tittartidsandel mellan 18.00 och 23.00 i alla åldersgrupper. Det är samma grupper som mest minskar sitt tittande på SVT på hela dygnet, som minskar sitt tittande på SVT på kvällstid, dvs barnen och unga vuxna. I jämförelse med 2005 ökar dock tittartidsandelen något i gruppen 15-24 år (tabell 22.5 b).

## 22.6 Publikens val i SVT1 och SVT2

I följande analys ligger fokus på en genomgång av några programområden i de båda huvudkanalerna SVT1 och SVT2.

Ambitionen med utgivningen och utformningen av programtablåerna är att publiken ska ha intresse och möjlighet att välja många olika typer av programinnehåll ur SVT:s utbud. Public service-televisionen kan inte begränsas till att tillgodose endast vissa intressen eller behov. Bredden är viktig. I SVT ska rymmas både de riktigt stora och breda programmen, som uppfattas som en angelägenhet för väldigt många, och de smala programmen för en mer specialintresserad publik.

Publiksammanställningar över tittandet på samtliga sända program under 2006 i de fem stora svenska TV-kanalerna – SVT1, SVT2, TV3, TV4, Kanal 5 – visar att de populäraste programmen finns i Sveriges Television. Av de 100 mest sedda programmen kom 86 från SVT1 och SVT2. Listan toppades av SVT-program. SVT:s

programutgivning har dock inte, och kan inte heller ha, som primärt syfte att sträva efter maximala publikmål. Däremot är syftet att skapa en bredd av programgenrer och en bredd och kvalitet inom programgenrer så att programverksamheten i stort förmår intressera en stor publik.

Under ett år sänder SVT inom varje utbudskategori många olika program varje vecka. Varje program sänds dessutom vid flera tillfällen som s.k. servicerepriser. Om samma publik ser de flesta program inom ett programområde blir servicegraden mycket hög för just dem, men låg för befolkningen som helhet. Om olika grupper i publiken ser olika program eller väljer att utnyttja de olika sändningstiderna för ett program kan servicegraden sägas vara bredare eftersom fler nås av den aktuella programkategorin.

De program som förekommer i en tablå varierar mellan olika säsonger. Många program servicerepriseras också minst en gång, ofta två gånger, inom en sjudagarsperiod. Sammantaget betyder det under högsäsong att publiken varje dag har tillgång till åtminstone något program inom respektive programområde vid någon tidpunkt i SVT:s kanaler. Med tre programområden som exempel beskrivs nedan betydelsen av bredden och mångfalden i programutbudet.

På hösten, mellan vecka 40 och 49, infaller en period som är relativt fri från storhelger eller jämförelsestörande TV-evenemang i de svenska TV-kanalerna. Nya TV-tablåer har också i regel etablerats och nya programserier har hunnit starta. Denna period har tagits som utgångspunkt för en analys av hur några programområden som nådde ut till publiken hösten 2006. Tittardefinitionen är i denna analys relativt sträng. För att räknas som tittare måste man ha sett minst en tredjedel av programmets sändningstid. Långt ifrån alla tittare med en sådan koncentration på TV idag (tabell 22.6).

### ***Samhällsutbudet***

SVT erbjuder ett brett och varierat samhällsutbud i syfte att involvera så många TV-tittare som möjligt i samhällsdebatten. Om man studerar publikutfallet för enskilda program kan intresset för samhällsprogrammen i SVT förefalla vara svagt. En annan bild av publikens förhållningssätt fås emellertid när man studerar hur många som utnyttjat något eller några av alla de programtillfällen som bjuds under en vecka.

Analysen av veckorna 40-49 hösten 2006 visar att totalt tolv olika samhällsprogram sändes under någon del av eller hela den analyserade perioden. Det finns också skillnader i hur många repriser programmen har. *Faktum*, *Böglobbyn*, *Uppdrag granskning*, *Argument*, *Dokument inifrån* och *Kexi* sänds alla med två servicerepriser medan *Perspektiv*, *Rebellen*, *Pettri på villovägar*, *Dokument utifrån* och *Agenda* sändes med en servicerepris. Totalt har det funnits mellan 15 och 27 möjligheter att se samhällsprogram i SVT varje vecka under hösten (tabell 22.6).

Huvudsändningens genomsnittspublik för vart och ett av de uppräknade programmen varierade mellan mindre än en halv och nära nio procent av befolkningen med variationer mellan veckor och enskilda programserier. De olika servicerepriserna samlade var och en små publik, men erbjöd i gengäld många olika tillfällen att se något av de tolv programmen.

Analysen visar att 25 procent av befolkningen såg minst ett samhällsprogram under en genomsnittsvecka. Omräknat motsvarar detta ca 2,2 miljoner tittare.

Nära varannan i åldrarna över 60 år såg minst ett av dessa program per vecka. Bland unga vuxna såg ca 20 procent något samhällsprogram, vilket är en ökning i jämförelse

med 2005. Bland ungdomar var andelen som sett minst ett program under en vecka 6 procent, vilket är en minskning med 2 procentenheter. 2006 är det betydligt fler barn som tagit del av SVT:s samhällsutbud än föregående år, detta mycket tack vare programmet *Rebellen* som sänts klockan 19 på onsdagar.

Slutsatsen är att den bredd och mångfald som erbjuds publiken genom de olika samhällsprogrammen, också tas till vara. Drygt en av fyra personer i befolkningen valde åtminstone ett, ibland flera av dessa program under loppet av en vecka.

### ***Kulturutbudet***

Också inom kulturutbudet förekommer ett varierat utbud i SVT:s tablå. I tabell 12.2 a listas 12 av de kulturbevakande programmen 2006. I den analys av publiken, som här redovisas, ingår ej de dagliga *Kulturnyheterna*, men istället andra programformer som kulturdokumentärerna i *K special*. Antalet sändningstillfällen för de elva titlar, som sändes hösten 2006, varierade mellan 20 och 26 de olika veckorna. De enskilda titlarna inom detta programområde har en något mindre publik än samhällsprogrammen, men under en vecka ser 20 procent i befolkningen minst ett kulturprogram från denna lista. Omräknat motsvarar detta 1,8 miljoner tittare (tabell 22.6).

Bland ungdomar är andelen förhållandevis låg 2006 i jämförelse med föregående år, 4 procent av ungdomarna tog del av något kulturprogram under en vecka. Motsvarande nivå för ungdomar var året innan 9 procent. Förklaringen till nedgången bland ungdomar finns inte i någon enskild förändring i utgivningen utan i en allmänt lägre nivå av användningen av detta utbud i åldersgruppen. Bland unga vuxna ser mellan 14 och 17 procent åtminstone ett kulturprogram per vecka. Bland personer i pensionsåldern finns drygt var tredje i publiken varje vecka.

Analysen visar att de olika kulturprogrammen med sina olika inriktningar och ämnesval har lyckats attrahera en stor del av den vuxna befolkningen till ett programområde, som ofta betecknas som smalt.

### ***Faktautbudet***

Programområdet Fakta omfattar en mängd program. Under den aktuella perioden vecka 40-49 förekom tjugo titlar i tablån. De ämnesområden som täcks varierar från vardagsnära ämnen som mat i *Landgång* till tekniska ämnen i program som *Login* och *Vetenskapens värld* eller hälsa i *Toppform* och *Fråga doktorn*. De enskilda programmen inom faktaområdet når ofta stora delar av befolkningen – miljonpubliker är inte ovanliga. Tillsammans når SVT:s faktaprogram, med mellan 30 och 37 sändningstillfällen per vecka, den undersökta perioden nästan hälften av befolkningen, 48 procent. Omräknat motsvarar detta 4,2 miljoner tittare (tabell 22.6).

Bland de som är äldre än 60 år tar 75 procent del av något av dessa program någon gång under en sjudagarsperiod. Även de yngsta tittarna väljer dessa program i hög utsträckning eftersom att det finns flera titlar som är gjorda just för dem – denna höst t ex programmen *Klister*, *Evas funkprogram* och *Expedition Vildmark*. Mer än vartannat barn i åldern 3-6 år har sett minst ett faktaprogram under en vecka. Bland äldre tonåringar är nivån drygt 14 till 18 procent, som väljer att se minst ett av dessa faktaprogram per vecka. Tittandet bland unga vuxna har ökat i genren fakta jämfört med 2005 och analysen visar att mellan 34 och 46 procent av unga vuxna ser något av SVT:s faktaprogram en genomsnittlig vecka.

Programområdet Fakta är tittarmässigt mycket starkt i SVT:s programutgivning.

## **22.7 Publiken och SVT24, Barnkanalen och Kunskapskanalen**

SVT har sänt temakanaler i digitala nät sedan 1999. Totalt sänds numera program inom ramen för tre olika kanalbeteckningar – SVT24, Barnkanalen och Kunskapskanalen (i samarbete med UR). I praktiken delar Barnkanalen och Kunskapskanalen utrymme så att Barnkanalen sänder fram till klockan 18.00 varje dag och Kunskapskanalen disponerar tiden därefter.

Under hösten uppmättes att 92 procent av befolkningen har ett utbud utöver de tre analoga marksändande kanalerna SVT1, SVT2 och TV4 (tabell 4 a). En del kanaler har stor penetration i hushållen medan andra når en mindre del. Antalet temakanaler, som antingen inriktat sig på en åldersmålgrupp eller ett ämne, är numera omfattande i TV-utbudet och tillsammans samlar också dessa kanaler en förhållandevis stor del av tittarnas tid. Under 2005 utgjorde den tiden 18 procent av all tid på TV-tittande. Under 2006 har andelen ökat till 23 procent (tabell 4 d). Det är dock inte många av dessa kanaler som samlar någon större publik. En handfull av de över 100 kanaler som finns tillgängliga i Sverige har en räckvidd på några hundratusen tittare en genomsnittlig dag. Det kan förtjäna att nämnas att dessa mest använda TV-kanaler utanför de fem stora antingen har funnits länge i TV-utbudet (Discovery, MTV och Eurosport) eller erbjuder ett litet mer blandat utbud (TV6 och TV4+).

I den senast genomförda undersökningen från MMS rapporteras att SVT24 har en medveten penetration på 71 procent av befolkningen. Barnkanalen känner 63 procent till att de har i sitt utbud och Kunskapskanalen uppger 62 procent av befolkningen att de kan se i sin ordinarie bostad (se tabell 4.2).

Kanalerna har analyserats vad gäller räckvidd och ur tre olika perspektiv – hur många som tittat en genomsnittlig dag, minst en gång under en genomsnittlig vecka samt minst en gång under en genomsnittlig månad. Kravet för att räknas som tittare ur något av perspektiven är att man ska ha sett minst 5 sammanhängande minuter på kanalen (tabell 22.7 a).

### ***SVT24***

SVT24 etablerades i mars 1999 och har gjorts om flera gånger. Den senaste större tablåförändringen skedde under vintern 2006/2007. Under det gångna året har publiken i ökad utsträckning fått tillgång till SVT24 och allt fler har lärt sig att bli en söka upp det alternativa sportutbud som där erbjuds framförallt under veckosluten. Kanalen nådde under 2006 en genomsnittlig vecka 1,1 miljon tittare. En genomsnittlig dag nådde SVT24 300 000 tittare. Kanalen har därmed mer än fördubblat sin publik i jämförelse med 2005. Det är framförallt personer i åldrarna 40 år och äldre som använder kanalen.

### ***Barnkanalen***

Barnkanalen har sänt sedan december 2002 och sänder sedan 2004 alla dagar året runt. Målgruppen är starkt åldersbegränsad till framförallt barn under 12 år och i viss mån de små barnens föräldrar. Det är där kanalen har flest tittare varför veckoräckvidden på cirka 600 000 bör relateras till en målgrupp som i ungefärliga tal utgörs av en fjärdedel av befolkningen. En genomsnittlig dag 2006 sågs Barnkanalen av 176 000 människor, vilket gör kanalen till största temakanal för barn bland 3-6-åringar och näst störst sett till hela befolkningen. Mot slutet av 2006 tittade så många som 15 procent av de minsta barnen på Barnkanalen en genomsnittlig dag.

### ***Kunskapskanalen***

Kunskapskanalen inledde sina sändningar i september 2004. Kanalen har tidigare inte sänt varje dag utan fredag och lördag har varit sändningsfria fram till slutet av januari 2006. Tabblån för kanalen har legat fast mellan klockan 18.00 och 23.00 på sändningsdagarna med alternerande ansvar för programsättningen mellan SVT och UR.

Kunskapskanalen har blivit mer välkänd och fått ökad spridning i de svenska hushållen. Räckvidden var 455 000 tittare en genomsnittlig vecka 2006. Dagligen har kanalen nått ca 100 000 tittare vilket är mer än en tredubbling i jämförelse med föregående år. En av kanalens största tittargrupper är småbarnsföräldrar, som ju enkelt kunnat bekanta sig med kanalplatsen i samband med att de tittat på Barnkanalen med sina barn.

### **22.8 Publikens värdering av SVT**

SVT ger återkommande utomstående undersökningsinstitut i uppdrag att genomföra kartläggningar bl.a. av publikens attityder till TV-programmen samt studier av hur publiken mer allmänt uppfattar utbudet i såväl SVT som andra TV-kanaler. Under åren 2001-2005 har uppdraget genomförts av MMS, Mediamätning i Skandinavien AB, och av SOM-institutet vid Göteborgs universitet.

Attitydundersökningarna har genom åren visat att SVT:s mest framträdande egenskap, enligt tittarna, är trovärdigheten. Även under 2006 ligger trovärdigheten bland de främsta egenskaperna i tittarnas bedömningar. Det senaste årets attitydmätningar visar att Sveriges Television vid sidan om trovärdighet också får fortsatt höga värden när det gäller bedömningar av egenskaperna professionellt, kvalitetsinriktat och mångsidigt. ”Angelägen för alla” har i undersökningen 2006 ändrats till ”angelägen för mig”, och ger 2006 ett något lägre värde än tidigare år men är fortfarande en egenskap som en klar majoritet av bedömarna anser att SVT besitter (tabell 22.8 a).

Nära nio av tio tittare anser att trovärdigheten är ett kännetecken för Sveriges Television. När det gäller flertalet egenskaper visar attitydundersökningen på en genomgående positiv utveckling för SVT sedan basåret 2001. I samtliga variabler, utom ”angelägen för mig” som ju ändrat innebörd i mätningen 2006, har bedömningarna blivit mer positiva under 2006 jämfört med 2001. Detta gäller även de egenskaper där SVT tidigare inte fått lika höga värden i bedömningarna. Det betyder att andelen av TV-publiken som bedömer företaget som underhållande, nyskapande och spännande, samt de tidigare kända SVT-styrkorna trovärdigt, professionellt, mångsidigt och kvalitetsinriktat har ökat sedan 2001.

I SOM-undersökningen, som årligen genomförs av SOM-institutet (samhälle, opinion, massmedia) vid Göteborgs universitet, ställs frågor till allmänheten om TV-utbudet och hur man värderar olika TV-kanaler. Sveriges Televisions kanaler profilerar sig i dessa undersökningar som de främsta inom flera programområden.

Fjorton programområden är föremål för publikens bedömning. Data som insamlades under hösten 2006 visar att av dessa fjorton olika programområden bedöms SVT:s kanaler vara bäst inom tio. För resterande fyra programområden bedöms någon annan kanal som bäst (Tabell 22.8 b). Det bör påpekas att undersökningen gjorts om något från och med 2006. SVT1 och SVT2 kunde detta år endast väljas som ett samlat svarsalternativ tillskillnad från tidigare år då de båda kanalerna kunde väljas som enskilda kanaler. Förändringen av undersökningen har 2006 gynnat SVT:s kanaler



något och jämförelser med tidigare år bör göras med denna reservation i åtanke. Den inbördes ordningen - från SVT:s starkaste programområde till det svagaste - är dock i stort sett oförändrad i jämförelse med tidigare år.

Inom de olika programområdena finns en varierande mängd olika program och tittarnas bedömningar baserar sig på de enskilda program man valt att ta del av och de erfarenheter man har av de kanaler man känner till. Alla människor har inte en åsikt om, eller relation till alla slags program. De allra flesta visar sig kunna och vilja bedöma nyhetsprogrammen, men för övriga programområden varierar andelen som väljer att uttrycka en åsikt.

De programområden där SVT-kanalerna är starka, och sammantagna får hälften eller mer av de avgivna bedömningarna återfinns barnprogram, kulturprogram, samhällsprogram, nyheter, svenskt drama och förmedlade kulturupplevelser i form av teater, opera och konserter. Nytt för 2006, i jämförelse med 2005, är att SVT även anses vara bäst av minst hälften av bedömarna inom naturprogram och dokumentärer. I båda dessa programområden har SVT mött hård konkurrens de senaste åren, både från allmän-tv-kanaler och från temakanaler inriktade på djur/natur och dokumentära faktakanaler.

Andra kanaler än SVT:s bedöms vara bäst i områdena lättare underhållning, populärmusik, långfilmer och utländska tv-serier. Konkurrensen och utbudet är för dessa områden omfattande och är av stort intresse för stora delar av befolkningen. Det faktum att SVT:s utbud till övervägande del består av egenproducerade program, till skillnad från andra kanalers utbud, bidrar till att SVT inte lika tydligt profileras med dessa utbudskategorier.

## 22.9 Publiken och SVT Text

Tillväxttakten för innehavet av TV med text-TV har, sedan SVT introducerade text-TV-sändningar i slutet av 70-talet, stadigt ökat för att sedan plana ut de allra senaste åren. Idag har de flesta TV-innehavare åtminstone en apparat med text-TV-funktion. Alla de stora svenska TV-kanalerna erbjuder text-TV. Det är på sin plats att nämna att mätningarna av text-tv-användningen har ändrats fr o m 2006 varför det inte är lämpligt att jämföra utfallet med tidigare år. Fram till 2005 användes en mer påkostad metod för att fånga den dagliga användningen av text-tv med s k dagligurval. Under 2006 har publiken istället fått uppskatta om de anser sig vara t ex dagliga eller månatliga användare.

Publikundersökningarna, oavsett hur de är gjorda, visar att SVT dominerar text-TV-tittandet. Fler än åtta av tio tittare som använder text-TV-mediet en genomsnittlig dag, vänder sig till SVT Text. Kanaljämförelser visar också att SVT har den text-TV-tjänst som utnyttjas överlägset mest. 23 procent anser att de dagligen använder SVT Text och 28 procent att de använder ”någon text-tv” dagligen. 63% uppger att de använder SVT Text minst en gång per månad.

Användningen av SVT Text är störst bland unga vuxna. Text-TV är i hög utsträckning männens medium. 28 procent av männen använde SVT Text en genomsnittlig dag, bland kvinnorna var det 18 procent (tabell 22.9 a).

## 22.10 Publiken och svt.se

Internets användningsmöjligheter förbättras kontinuerligt. En växande tillgång till bredband i hushållen ökar möjligheterna för höghastighetsuppkoppling och streaming video – rörliga bilder och ljud på Internet – tjänster som SVT successivt utvecklar för användning i den nya mediemiljön. MMS basundersökning hösten 2006 visade att 60 procent av landets befolkning nu har Internetuppkoppling via bredband i bostaden, vilket betyder att ca 5 miljoner tittare kan ta emot Internet med god överförings-hastighet. Andelen som uppger att de har tillgång till Internet via telefonmodem understiger nu 20 procent.

De elektroniska trafikmätningar som mätföretagen Nielsen//NetRatings och WebSideStory genomför (SiteCensus resp. HBX) och som baserar sig på besökande datorer (egentligen webbläsare/browsers), visar på en motsvarande omfattning av besöken. Under året 2006 uppmättes i genomsnitt 194 000 dagliga unika besökare på svt.se. Per månad var antalet unika besökare i genomsnitt ca 2,9 miljoner. Det innebär att trafiken på svt.se ökat med mellan 43 och 47 procent sedan föregående år mätt på såväl daglig som månatlig nivå. Sedan första mätåret med motsvarande teknik, 2003, har den dagliga trafiken ökat med ca 180 procent (tabell 22.10 b).

Enligt den officiella mätningen av den svenska internetmarknaden (KIAindex) var svt.se en av de mest besökta svenska mediasajterna 2006.

Besöksstatistiken från SiteCensus och HBX visar att de i genomsnitt mest besökta portalerna på svt.se under en månad var SVT Text, Sport, Barn och Nyheter. Några av de mest besökta programsidorna på svt.se var *Bolibompa*, *Melodifestivalen*, *OS 2006* och *LasseMajas detektivbyrå* (Julkalendern). *Öppet arkiv* hade drygt 1,6 miljon besök 2006. Trafiken på en portal eller enskild webbsida kan variera mellan olika månader och exempelvis *Melodifestivalens* sajt hade mer än 570 000 unika besökare i mars (tabell 22.10 c).

Under 2006 har SVT tillgängliggjort delar av utbudet via mobila tjänster. En WAP-tjänst fanns tidigare, men nu har också delar av webbutbudet tillgängliggjorts via en särskild sajt – mobil.svt.se. Inom ramen för de mobila tjänsterna finns såväl service med anknytning till aktuella program och nyheter som klipp och program ur SVT:s arkiv. Den publikt största tjänsten för mobiler är SVT text och avseende rörliga bilder är det främst sändningar från Rapport som används. *Öppet arkiv*, sportnyheter och väder tillhör också några av de mest nyttjade tjänsterna för mobil.

### 23 Publikkontakt

Den nya informationstekniken har öppnat snabba kommunikationskanaler mellan SVT och publiken. Dessa gör det möjligt att mer effektivt ta tillvara publikens synpunkter och att höja kvalitetsnivån på publikkontakten. Programredaktionerna får åsikter om programmen direkt utan mellanhänder. E-posten gör uppskattning och kritik ”tidlös”. Ingen behöver ständigt sitta på plats vid en telefon för att fånga upp publikens reaktioner, som via e-post dessutom är mycket lätta att vidarebefordra till andra medarbetare.

Men personlig kontakt är mycket viktig. Som ett led i strävan att stärka kontakten också på det viset med publiken är en tittarombudsman. Hans uppgift är att bidra till att public service-uppdraget hålls levande och utvecklas i god kontakt med publiken. Han för fram publikens åsikter om SVT och agerar med stor självständighet inom företaget. SVT:s tittarombudsman står alltid på publikens sida.

I den oberoende rollen fångas synpunkter upp via många kanaler – i personliga möten, via e-post, brev, telefon, svt.se, föreläsningar, konferenser och återkommande medverkan i SVT (Gomorra Sverige). Den fråga som fortsatt engagerat allra mest är tillgängligheten i SVT:s utbud.

Tittarombudsmannen har under året fortsatt fokuserat på hörbarheten – blandning av tal och musik, ljudnivåer, etc – och har genom sitt arbete nått förståelse och väckt intresse hos ansvariga inom SVT för att ta publikens missnöje på allvar.

Publikens missnöje med hörbarhet är inte helt nytt, men i tittarombudsmannen har publiken och frågan fått en samlande kraft som lyckats driva frågan. Enheter och enskilda redaktioner arbetar nu, tillsammans med en engagerad programdirektör, vidare med att hitta nya former och verktyg för att göra SVT bättre inom området.

SVT har under många år också aktivt sökt upp publiken utanför tv-husen. SVT har arrangerat vad vi kallar Expedition SVT och rest land och rike runt. Under 2006 gjorde SVT inga resor under det namnet utan ordnade istället andra möten med publiken – digital-tv-övergångsinformation på många orter till exempel.

Året 2006 började med OS i Turin, och SVT:s medarbetare öppnade en monter på Arlanda för att fånga upp avresande och ankommande resenärer. Under fjorton dagar arrangerade SVT träffar mellan olympier, programledare och publik.

Året fortsatte i sportens tecken. Efter OS blev det Innebandy-VM i Globen, där publiken fick utmana sportchefen Albert Svanberg, Peter Jihde m fl i målskjutning i foajén.

I augusti startade friidrotts-EM i Göteborg. SVT var s k ”host broadcaster”, och vi reste tillsammans med SR ett stort tält utanför ingången till Ullevi. En positiv upplevelse med tusentals besök och många goda samtal, inte minst under kvällarna då flanerande sportfans, som kanske inte hade råd att gå in på själva arenan, samlades kring SVT:s tv-skärmar. Det skapade en känsla av att ha tagit del av publikupplevelsen; att ha varit på plats.

Årets stora underhållningsevenemang och folkfest var som vanligt *Melodifestivalen*-turnén. Denna gång var SVT i Leksand, Karlstad, Karlskrona, Göteborg och Stockholm. SVT mötte publiken i alla foajéer med medarbetare från alla dessa orter. Det blev allt från dövtolkad schlager till ”prova på som programledare”! Drygt 80.000 musikälskare passerade SVT-montern.

Hultsfredsfestivalen handlar också om musik. I juni under tre dagar välkomnades den unga och engagerade publiken till ytterligare ett SVT-tält. Det blev musikuppträdanden,

tävlingar tillsammans med SVT:s webb-community Spinn. Öväntat, uppskattat och kul, blev reaktionerna.

SVT:s deltagande i Bokmässan i Göteborg blev mindre i år än förra året beroende på alla sportevenemang. Denna gång blev det en mini-monter med nya bok- och DVD-utgivningar från SVT. Mötet med *Hem till byns* regissör och manusförfattare Bengt Bratt blev publikens stora behållning.

Under hela året gick SVT:s jubileumsfirande som en röd tråd. Till den stora 50-årsfesten på Hovet i Stockholm bjöd SVT också in publiken. Drygt 5.000 betalade för att fira med jubilarerna, som gjorde en tvåtimmars show, SVT:s första direktsända i HDTV!

Övergången till enbart digitala tv-sändningar i marknät inleddes 2005 för att fortsätta 2006. Det är det största informationsprojektet i Sverige sedan omläggningen från vänster- till högertrafik. Som det svenska public service-tv-företaget har naturligtvis SVT tagit sitt ansvar för informationen om övergången till publiken. SVT har varit en naturlig källa till objektiv och god information i femtio år, och även om beslutet om övergången fattades av regering och riksdag så var det ändå till SVT man skulle vända sig. Det var ett beslut SVT tog villigt, men det har varit viktigt att framhålla SVT:s roll i övergången. Den är resultatet av ett *riksdagsbeslut*.

SVT var beredda att själva stå för en stor del av informationen genom egna insatser men också att tillsammans med främst Digital-tv-kommissionen och Teracom planera övergångens olika faser och etapper. SVT delfinansierar en kundtjänst dit publiken kan vända sig med frågor om digital-tv. I övrigt står SVT endast för kostnaderna i samband med egna personalinsatser, främst i informationsarbete i övergångsområdena.

En av de viktigaste insatserna är information i köpcentra på plats, människa till människa - s k "digital-tv-dagar" där alla parter deltar. Ungefär en månad före övergången i ett område reser SVT-medarbetare till köpcentra för att träffa publiken. Ofta arrangeras lokala tidningschattar eller radioväkteri dit man kan ringa, och SVT svarar tillsammans med de andra aktörerna.

På digital-tv-dagar i stora knutpunkter inom varje etappområde medverkar SVT:s regionala nyhetsredaktioner på plats tillsammans med övriga SVT-medarbetare.

SVT medverkade också i år på Stockholmsmässan i Älvsjö på deras specialutställning om digital teknik – Digital Home. En stor uppställning med många kända SVT-medarbetare, där den nya tjänsten SVT HD tilldrog sig stor uppmärksamhet. Mässan besöktes av cirka 80.000 personer.

På svt.se finns en speciell digital-tv-sajt för publiken där man kan söka upp svar på frågor om bland annat digital-tv-teknik och övergången till enbart digitala marksändningar. Inför varje ny etapp ökar besökarantalet.

## 24 Sveriges Televisions ekonomi

Ekonomimålen för SVT är att verksamheten inom ramen för uppdraget ska bedrivas rationellt och syfta till ökad effektivitet och förbättrad produktivitet. Detta ska leda till målet ”Mer pengar till program”, som definierades av verkställande ledningen 2002. SVT arbetar kontinuerligt med kostnadsbesparande åtgärder. Under de senaste fem åren har SVT analyserat och omförhandlat samtliga större avtal med avsevärda kostnadsänkningar som följd. Sedan 2002 får SVT inte längre kompensation för inflationen utan anslagsökningen begränsas till 2 procent. Åtgärder har således varit nödvändiga för att kunna öka utbudet på fler plattformar och undvika nedskärningar i programverksamheten.

Framöver tycks en förbättrad konjunktur och en ökad konkurrens i TV-branschen medföra att priser på film- och sporträttigheter, medverkande, skådespelare etc. ökar allt snabbare. Dessa eskalerande kostnader tillsammans med sänkta anslag genom lägre reformmedel gör att SVT har stora ekonomiska utmaningar de närmaste åren. En strategisk plan togs fram tillsammans med SVT:s styrelse för att säkerställa att programverksamheten ej blir lidande. Inom den strategiska planen ryms åtgärder som rationalisering av företagets administration, införande av ny teknik och utveckling av nya arbetsformer, översyn av fastighetsbeståndet etc.

I public service-redovisningen för 2006 redovisas förändringar i verksamheten under tillståndsperioden 2002-2006 med 2001 och 2005 som jämförelseår. Med hänsyn till den förhållandevis långa jämförelseperioden och vikten av att kunna ge en bild av hur tilldelningen och förbrukningen av ekonomiska resurser reellt har förändrats, har SVT valt att lämna alla ekonomiska tabeller i två former; i nominella värden (löpande priser) samt i reella värden (2006 års priser). Syftet är att i analyserna kunna skilja på intäkt- och kostnadsförändringar som är reella och sådana som är en följd av förändringar i de allmänna prisnivåerna eller uppräknningen av medelstilldelningen till Sveriges Television. Vid beräkningen av de reella värdena har 2001 och 2005 års värden räknats upp med 13,61 respektive 2,07 procent (preliminärt radio- och TV-index för år 2006 har använts).

I den följande redovisningen har alla kostnads- och intäktsposter angivits i reella värden, dvs. i 2006 års priser. Samtliga uppgifter finns dessutom angivna i nominella värden i tabellbilagan.

### 24.1 Finansiering

SVT:s verksamhet finansieras till övervägande del av TV-avgiftsmedel. Anslagsvillkor som regeringen årligen fastställer anger under vilka förutsättningar medlen disponeras. Medelstilldelningen justerades t.o.m. 2001 löpande enligt ett särskilt index, radio- och TV-index. Från år 2003 höjs de ordinarie anslagsmedlen med 2 procent årligen varvid 2002 års tilldelning utgör bas för den nya avtalsperioden. Ett villkor är att TV-avgifterna ska öka under tillståndsperioden enligt en fastställd plan, annars kommer en viss reduktion av medelstilldelningen att ske.

TV-avgiften fastställs årligen av riksdagen och uppgick 2006 till 1 968 kronor per år. För uppbörden av avgiften svarar Radiotjänst i Kiruna AB (RIKAB). Tilldelade avgiftsmedel jämställs skattemässigt med statliga näringsbidrag, vilket betyder att under året ej förbrukade medel behandlas som förutbetalda (skuldförda) avgiftsmedel.

I enlighet med anslagsvillkoren särredovisar Sveriges Television år 2006 den kommersiella sidoverksamheten som gav ett överskott på 6,4 miljoner kronor. Därmed uppvisar Sveriges Television en vinst i årsredovisningen.

Sveriges Television, Sveriges Radio och Sveriges Utbildningsradio äger och finansierar med avgiftsmedel de gemensamma dotterbolagen RIKAB och Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF).

## **24.2 Verksamhetens intäkter**

Verksamhetens intäkter redovisas under rubrikerna avgiftsmedel, medelsöverföringar, skuldförda avgiftsmedel samt övriga intäkter (tabell 24.2).

### ***Avgiftsmedel***

Sedan 2001 har tilldelningen minskat med 150,9 miljoner kronor. Medelstillelningen är sedan 2004 delad i två poster; avgiftsmedel och medel för distribution, som tas ur det s.k. distributionskontot. Medlen för distribution, 460,2 miljoner kronor, har minskat med 118,9 miljoner kronor jämfört med 2005. Detta beror på att merkostnaden för att sända både analogt och digitalt minskar i takt med den ökade digitaliseringen. Se vidare under sändningskostnader.

### ***Medelsöverföringar***

RIKAB:s verksamhet finansieras av SVT, SR och UR i proportion till storleken på respektive programföretags ägarandel. Medelsöverföringen till RIKAB har jämfört med 2005 minskat med 0,1 miljoner kronor och har sedan 2001 minskat med 3,4 miljoner kronor. Ökningen av avståndet till SRF med 17,0 miljoner kronor förklaras av den gemensamma satsningen för digitalisering av företagets programarkiv, en ny verksamhet som placerats i Ånge.

### ***Skuldförda avgiftsmedel***

Under rubriken Skuldförda avgiftsmedel från föregående år redovisas de under föregående år avsatta medel för produktioner och projekt som slutförts under redovisningsåret. Under rubriken "Årets skuldförda avgiftsmedel" redovisas ej förbrukade men avsatta medel för finansiering av produktioner och projekt påföljande år.

### ***Övriga intäkter***

Övriga intäkter utgörs främst av försäljning av visningsrätter och tekniska tjänster samt samproduktionsbidrag och sponsringsbidrag. Övriga intäkter har från föregående år ökat med 94,9 miljoner kronor (34 procent) och har jämfört med 2001 ökat med 30,0 miljoner kronor (9 procent). Den största ökningen gäller sublicensiering av sporträttigheter samt ökade sponsorintäkter i samband med de stora sportevenemangen. Även intäkterna för teknisk försäljning, försäljning av visningsrätter, samproduktioner och royalty har påverkat resultatet positivt.

## **24.3 Verksamhetens kostnader**

Totalt har kostnaderna minskat med 167,3 miljoner kronor mellan åren 2005 och 2006 (tabell 24.3).

### ***Programproduktion SVT1 och SVT2***

Dessa kostnader är direkt kopplade till programverksamheten i huvudkanalerna SVT1 och SVT2, nämligen:

- de sju programproducerande enheternas samtliga kostnader inklusive interndeberade kostnader mellan enheterna
- planeringsenhetens kostnader för programproduktion (trailrar mm), inköp av visningsrätter och reprisar samt kostnaderna för stödfunktionerna översättning, förhandling och den del av programtextning som inte debiteras ut på programmen samt
- ersättningar till rättighetsorganisationerna STIM, NCB, SAMI och IFPI

Medel till programproduktion har ökat något jämfört med 2005 och ligger på ungefär samma nivå som 2001. Detta är en mycket medveten satsning enligt den strategiska planen att bibehålla resurser till huvudkanalerna men kraftigt satsa på de nya plattformarna.

#### ***Produktion övrig verksamhet***

Under denna rubrik ingår kostnader för SVT:s temakanaler SVT24, Barnkanalen samt Kunskapskanalen som numera sänds alla dagar i veckan året runt. Dessutom ingår enheternas, inklusive SVTi:s, kostnader för webb, text-TV och mobila tjänster. Kostnaderna har ökat med 19,8 miljoner kronor jämfört med föregående år och med 218,6 miljoner kronor sedan 2001 och uppgår till 337,1 miljoner. Den största enskilda ökningen gäller satsningen på webben, en tjänst som ständigt ökar i popularitet och användande.

#### ***Sändningskostnader***

Sändningskostnaderna består av distributions- och kontributionstjänster, såväl analoga som digitala, som Sveriges Television köper av Teracom och Banverket, samt interna kostnader för programutsändning. Kostnaderna för sändning har minskat med 111,5 miljoner kronor mellan 2005 och 2006. Det beror främst på att den årliga distributionskostnaden minskar i takt med den ökade digitaliseringen (allt mindre dubbla kostnader för analoga och digitala sändningar) samt att nya och bättre avtal tecknats för kontributionen.

#### ***Gemensamma kostnader***

Gemensamma kostnader utgörs av kostnaderna för ledningsenheterna och gemensamma investerings- och utvecklingskostnader. I de gemensamma kostnaderna ingår även tillfälliga åtaganden samt kostnader av finansiell karaktär. Behovet av en snabb övergång till modern produktionsteknik ställer stora krav på investeringar och utbyte av teknik. SVT genomför även en omfattande omställning av lokaler. Dessa stora investerings- och fastighetsprojekt pågår under flera år och driftsätts först när respektive projekt är slutfört, vilket leder till naturliga variationer i kostnadsmassan, från år till år. Det är den främsta anledningen till att de gemensamma kostnaderna har minskat mellan 2005 och 2006, dvs att flera stora projekt inte var slutförda vid utgången av 2006. I de gemensamma kostnaderna ingår SVT:s årliga fasta bidrag till Svenska Filminstitutet med ca 34 miljoner kronor.

För att framöver säkerställa att mer pengar går till program fortsätter det omfattande rationaliseringsarbetet inom såväl programproduktionen som inom de gemensamma kostnaderna.

#### **24.4 Prestationer och resursinsatser i programverksamheten**

Programproduktionen inkluderar kostnader för program i SVT1 och SVT2 som producerats eller förvärvats för visning under året. I beloppet för respektive år ingår kostnader för egenproduktion, utläggningar och samproduktioner, visningsrätter för program som visats under året samt kostnader för reprisering av program (särskild bearbetning, textning och reprisersättningar till medverkande).

##### ***Prestationer***

Med prestation menas det antal programtimmar som under året medfört kostnader. Sveriges Television tillämpar inte kostnadsföring av program i samband med sändning. Kostnadsföring sker löpande under produktionstiden. Undantag från denna princip är inköpta visningsrätter som kostnadsförs vid sändning. Detta innebär att angivna programtimmar för egenproduktion, samproduktioner och utläggningar ej behöver ha sänts under året i fråga. Så kan vara fallet med t.ex. fiktion, vissa faktagenrer och dokumentärer. Sett över tiden har dock dessa skillnader i kostnadsföringsprinciper ingen betydelse för beskrivningen av företagets verksamhet i termer av sänd och producerad tid.

I den redovisade tiden för egenproduktion ingår samtliga producerade regionala nyheter från elva olika distrikt. Med denna redovisning ges en korrekt bild av prestationerna i relation till förbrukade medel. Redovisningen skiljer sig från redovisningen av utbudet, som från ett tittarperspektiv anger vad som faktiskt sänts.

Enligt angiven definition producerade Sveriges Television 11 259 timmar under 2006, en ökning med 131 timmar jämfört med 2005 och en ökning med 1 347 timmar jämfört med 2001 (tabell 24.4 a). Året har präglats av flera stora sportevenemang så som OS i Turin, fotbolls-VM i Tyskland samt friidrotts-EM i Göteborg. Därutöver gjordes en stor satsning inför riksdagsvalet. Antalet produktionsutläggningar och samproduktioner har ökat något men ligger på en jämförbar relativ nivå som 2001.

##### ***Resursinsatser***

De kostnader Sveriges Television har för att uppnå viss prestation benämns resursinsats. Mellan 2005 och 2006 har resursinsatsen i fasta priser ökat med 26,7 miljoner kronor (tabell 24.4 b och c). De inköpta visningsrätterna har ökat med 158,9 miljoner kronor på grund av de ökade kostnaderna för de stora sportevenemangen. SVT måste alltid planera för de ökade kostnaderna under de jämna åren med evenemang som OS och fotbolls- VM eller EM. Jämförelseåren 2001 och 2005 var utan den typen av evenemang.

##### ***Prestationer och resursinsatser i temakanalerna och på webben***

I avsnitt 5.3-5.5 samt tabell 5 redovisas prestationerna i temakanalerna. För dessa kanaler är det mer relevant att använda sig av sända timmar än de enligt ovan definierade producerade timmarna. Utbudet bygger till stor del på återanvändning och repriseringar, varför jämförelser med huvudkanalernas timredovisning skulle ge en skev bild. Totalt sändes 9 015 timmar i temakanalerna exklusive parallellsändningar (tabell 5). Kostnaden per sänd timme i temakanalerna är mindre än en tiondel av huvudkanalernas motsvarande kostnad.

Från och med 2003 redovisas kostnaderna för respektive temakanal samt text-TV, webb och mobila tjänster i tabell 24.4 d. Som tidigare nämnts har ökningen varit betydande och en allt större andel av resurserna används till de nya publiceringsformerna.



## 24.5 Produktivitet

Med produktivitet avses förhållandet mellan producerad tid och resursinsats. Mått på produktivitetsförändringar är inte invändningsfria. Produktivitet uttryckt som prestation i förhållande till en ekonomisk resursinsats lämpar sig som mått i homogen produktion, som i liten utsträckning förändras över tiden och som återspeglar prestation i förhållande till personella resursinsatser. TV-programverksamhet uppfyller inte dessa förutsättningar vilket gör produktivitetmätningar svårare. Produktionen eller utbudet spänner över många olika typer av program med vitt skilda kostnadsnivåer för produktion och förvärv. Sammansättningen av program i utbudet förändras över tiden eller varierar år från år. Orsaken kan vara t.ex. valrörelser, stora idrottsevenemang och dramatiska händelseförlopp i omvärlden. Medvetna förskjutningar i den egna produktionen och utbudet, med t.ex. en större andel kostsammare fiktionsprogram med färre producerade timmar som följd i stället för enklare programformer kan också ske.

Produktivitetmättet är därför ett mindre bra mått för att mäta huruvida verksamheten bedrivs på ett rationellare eller effektivare sätt jämfört med tidigare år eller omvänt. Förändringarna beskriver i stället i högre grad förskjutningar i programverksamheten och andra förhållanden, t.ex. förändringar av reprisutbudet.

### *Produktivitet fördelad på produktionstyper*

Produktivitetsförändringar under perioden 2001-2006 uttrycks i form av ett index med 2001 som basår (tabell 24.5 a).

Företagets totala produktivitet har ökat med 14 procent sedan basåret 2001. Den största ökningen sedan 2001 gäller repriser. Detta beror både på ett ökat antal timmar och repriseringar av sådana program som ger en låg kostnad, exempelvis egenproducerade fritid- och faktaprogram. En stor ökning har skett inom produktionsutläggningar och samproduktioner. När det gäller produktiviteten inom samproduktioner kan dessa variera kraftigt mellan åren beroende på hur stor insats företaget väljer att gå in med i respektive produktion. Minskningen under det senaste året vad gäller inköp av visningsrätter förklaras av att kostnaden för de stora sportevenemangen (se tidigare avsnitt) är betydligt högre än vid inköp av utländska filmer och serier. Totalt sett är timkostnaden för denna typ av produktioner emellertid betydligt lägre än för den genomsnittliga egenproduktionen.

### *Produktivitet fördelad på programkategorier*

När man studerar produktivitetens utvecklingen per programkategori ser man en ökning inom alla programkategorier utom Musik, en mycket liten del av produktionen, och Sport, som alltid har ett högre timpris de jämna sportåren (tabell 24.5 b). För att klara företagets strategiska mål fordras ett ständigt pågående rationaliseringsarbete vars syfte är att effektivisera produktionen och på så sätt få ut mer program till de olika plattformarna som företaget nu och i framtiden kommer att verka inom (tabell 24.5 b).

## 24.6 Programproduktion för funktionshindrade

SVT:s särskilda insatser för att göra utbudet tillgängligt för hörselhandikappade sker på olika sätt. Detta görs dels i form av programtextning samt textning via text-TV av de svenskspråkiga programmen, dels via den särskilda programverksamheten för döva. Resursinsatsen för dessa verksamheter har ökat jämfört med föregående år och jämfört med 2001 (tabell 24.6). Sedan 2005 anges det i varje svenskproducerat uppdrag från programdirektören att programmen skall svensktextas. Detta har satt ett ökat fokus på

textningen och bidragit till att SVT lyckats med att öka textningen av program av svenskt ursprung.

#### **24.7 Programproduktion på minoritetsspråk**

SVT, SR och UR har träffat en överenskommelse gällande inriktningen av programverksamheten på invandrar- och minoritetsspråk. SVT har koncentrerat sin verksamhet till sändningarna på finska, samiska och tornedalsfinska (tabell 24.7). Resursinsatsen för dessa sändningar ligger på en jämförbar nivå med basåret 2001.

SVT sänder dagliga nyheter på samiska, *Ođđasat*, sedan hösten 2001. Sändningarna bedrivs i samarbete med NRK och från och med 2002 även med YLE. Den minskning som skett 2006 beror på att det under 2005 gjordes en särskild satsning på sametingsvalet.

## 25 Planer för 2007

Strategin för de kommande tre åren med mottot, *SVT Fri television i världsklass*, fastställdes av SVT:s styrelse i början av 2007. Den ligger till grund för enheters och avdelningars årliga mål och handlingsplaner. Målstyrning, med de fyra perspektiven: publiken, utbudet, resurser och utveckling, är det verktyg SVT utvecklat för att tydligare både styra och utveckla verksamheten. Målen följs upp och redovisas både internt och externt.

En ny VD och företagsledning har tillträtt, med tydligt fokus att utveckla program och tjänster. Utökad dialog med publiken är grunden för arbetet, med utgångspunkt att SVT är till för alla och med målsättningen att nå fler av de som idag inte använder utbudet. Publiken väljer i allt högre grad när, var och hur den tar del av det stora utbud som finns tillgängligt. För att möta utvecklingen ska bland annat en ny programpolicy utarbetas och implementeras under 2007. Den omfattande nyhetsutredning som avslutas i början av året får stor betydelse i det arbetet.

Verksamheten fortsätter med de fullsorterade huvudkanalerna SVT1 och SVT2. SVT24 blir successivt en sk time shift-kanal där publiken, utöver utökade sportsändningar och kontinuerliga nyhetssändningar, ges fler tillfällen att se SVT:s program. Barnkanalen utökar den dagliga sändningstiden med en timme, från 18 till 19, och den timmen riktas mot de äldre barnen. Kunskapskanalen, som är ett samarbete mellan SVT och UR, får under året en tydligare profil med en sammanhållen tablå. SVT Europa fortsätter sina sändningar för en svenskspråkig publik utanför landets gränser. En tydlig trend är tittande "on demand" på svt.se. För att möta den kraftigt ökande efterfrågan vidareutvecklar SVT videotjänsten SVT Play och övriga sajten både tekniskt och innehållsmässigt.

En av SVT:s största dramasatsning görs under hösten då en följetong sänds i SVT1. Det är en modern långserie som skall vara underhållande, engagerande och skall handla om vår samtid. Dessutom sänds en rad nya dramaproduktioner, bland andra *August* om August Strindberg av Peter Birro, *Isprinsessan* och *Predikanten* av Camilla Läckberg. Under våren lanserar SVT *Slutet på historien* - en nationell novelltävling där publiken aktivt medverkar. Sex kända författare inom olika litterära stilar skriver var sin novell, men bara till häften. Publiken bjuds in att avsluta novellerna. En jury väljer ut tre bidrag per novell och finalisterna får slutligen möta författaren som utser vinnaren.

Nyhets- och samhällsprogrammen ska skapa sammanhang. Syftet med de två riksnyhetsprogrammen, *Rapport* och *Aktuellt*, är att ge publiken olika perspektiv på de stora nyhetshändelserna. Sedan 2000 har SVT arbetet i den riktningen, och interna undersökningar visar att programmen utvecklats i detta hänseende. Under 2007 kommer uppdragen att förtydligas. Rapport får fortsatt ansvar för nyhetsbevakningen över dygnet och Aktuellt ett tydligare uppdrag att fördjupa och analysera. Rapport får ytterligare en daglig sändning 21.30 i SVT24 i ett block som kompletteras med nöjesnytt och som i sitt tilltal riktar sig främst till den yngre publiken. Det regionala utbudet i SVT2 stärks genom att sändningarna utökas tisdagar, onsdagar och torsdagar med programmet *Sen kväll*, ett nytt aktualitetsprogram, som blir en fortsättning på de sena regionala nyheterna i de 11 regionerna runt om i landet.

SVT fortsätter satsningarna på barn i olika åldersgrupper, med program för de allra minsta i *Bolibompa* och de lite äldre barnen och yngre tonåringarna i *Bobster*. Traditionsenligt sänds också *Julkalendern*. SVT satsar även på produktion av familjedramatik av Douglas Foleys populära barnböcker om Habib. Barn- och

ungdomsutbudet 2007 innehåller både tv-program och omfattande satsningar på webben. Ungdomsprogrammen för de äldre ungdomarna får en tydligare ställning i SVT:s utbud med fast tid för egenproduktion i kombination med riktade inköp och humorproduktion varje onsdag i SVT1.

Idrott har en stark ställning i samhället, så även i SVT med ett stort utbud av nyhets- och magasinprogram samt evenemang av hög kvalitet i många olika idrotter. 2007 är ett VM-år, med särskild satsning på fyra mästerskap – *alpina-VM i Åre*, *skidskytte-VM i Italien*, *längd-VM* och *frödrots-VM*, båda i Japan. I SVT24 fortsätter satsningen på ett brett sportutbud med bland annat svenska lagsporter för en stadigt växande publik. Även på sportområdet ska publiken få fler chanser att kunna se såväl evenemang som nyhetsprogram, med bland annat ett Sportnytt anpassat för svt.se

Klassiska helgnöjesprogram som *Allsång på Skansen*, *Melodifestivalen*, *På Spåret* och *Så ska det låta* återkommer under 2007. Nytt på lördagarna är Stina Lundberg Dabrowski i en ny pratshow på våren, och till hösten kombineras humorserier i halvtimmesformat med en ny studiounderhållning med artister, tävlingar och skratt. En längre och roligare kväll. Den mer provocerande och spetsigare humorn som sänts i SVT2 flyttas till 21.00 vardagar i SVT1 med fler kvinnliga medverkande. *Wild Kids* återkommer under våren 2007 efter ett års uppehåll 18.30-19.30 söndagar i SVT1. Ett efterlängtat återseende är också *Carin 21.30* i SVT2 på torsdagarna med Carin Hjulström-Livh, som delar slot med Peter Jihde i *Hos Jihde*.

Svensk och europeisk television befinner sig just nu i början av det största teknikkiftet sedan övergången från svartvitt till färg-tv. Den nuvarande standard-tv-tekniken (SD) kommer successivt att överges till förmån för högupplöst television (HDTV). Sveriges Television startade HDTV-sändningar genom att tillsammans med TV4 parallellsända alla matcherna från VM i fotboll 2006 i HD-kvalitet. Under hösten erbjöd SVT HD-utbud i den med SVT1 eller SVT2 parallellsända tjänsten SVT HD, som inledningsvis distribueras via satellit och digitala kabelnät. Under 2007 fortsätter denna försöksverksamhet med HD-sändningar. *Skid-VM i Sapporo*, *Allsång på Skansen*, *Frödrots-VM i Osaka*, nyinspelat drama och *Julkalendern* är exempel på utbud som kommer att kunna ses i HD-kvalitet i SVT HD samtidigt som programmen sänds i SD-kvalitet i SVT1 och SVT2.

Det nya och bättre bildformatet kombineras med att allt fler program produceras med mångkanalsljud vilket ger tittare med hemmabioanläggning en möjlighet att förbättra hörbarheten i programmen, då man via den egna mottagaren kan reglera ljudnivåerna och minska störande bakgrundsljud. Under året ska dessutom en särskild utredning om hörbarhet i utbudet göras.

Nedsläckningen av det analoga marknätet går in i sitt slutskede. Storstäderna står på tur med början i Stockholm följt av Göteborg och Malmö. I samband med att den sista analoga sändaren släcks i november 2007 går SVT över från bildformatet 4:3 till 16:9, förutom i nyhetssändningarna.

## 26 Källor, definitioner och begrepp

### 26.1 Externa källor

#### *Statistikkällor hos Publik- och utbudsanalys och Strategi*

- 1 IRM. Q-rapport 19 feb 2007. Mediemarknaden fjärde kvartalet och helår 2006.
- 2 Mediavisions TV TRACKING, Q4 2006
- 3 *MMS tabeller* grundade på data från people meter-mätningar i en panel bestående av hushåll med totalt 2 200 personer som är 3 år och äldre. Mätningarna utförs av AGM/NMR (Nielsen Media Research).
- 4 *MMS HotCollection data* med bearbetningsbara primärdata om TV-tittandet
- 5 *MMS basundersökning* som ligger till grund för beskrivning av TV-hushåll i Sverige. Undersökningen genomförs två gånger per år med vardera 7 500 slumpmässigt utvalda hushåll. Intervjuerna genomförs sedan 2006 uteslutande som telefonintervjuer.
- 6 *SOM-undersökningen* genomförs som postenkät med 3 000 slumpvis utvalda svenskar i åldrarna 15-85 år.
- 7 *Svenskt TV-utbud 2005*, statistik och analyser över likheter och skillnader mellan kanaler, programprofiler samt hur programutbudet utvecklats över tid. Rapporten har genomförts av institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs universitet på uppdrag av Granskningsnämnden.
- 8 *Nordicom, Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning*. Nordicom erbjuder bl.a. sökbara baser över pågående forskning samt forskningslitteratur. Nordicom har även en omfattande utgivning och publicerar återkommande MedieSverige med statistiska översikter av hela medieområdet beledsagade av kommenterande artiklar. Nordicom publicerar också årligen den intermediära användarundersökningen Mediebarometern.

#### *Statistikkällor hos Publik- och utbudsanalys, programsekretariatet och svt.se*

- 1 *TNS Gallup/Nielsen SiteCensus* Trafikmätningar av Internetbesökande webbläsare/browsrar
- 2 *KIA Index, Kommittén för Internetannonsering*. Sammanställningar av Internetstatistik.
- 3 Ärendestatistik från Granskningsnämnden för radio och TV

### 26.2 Interna källor

#### *Statistikkällor hos Publik- och utbudsanalys*

Publik- och utbudsanalysgruppens egna undersökningar:

- 1 *Bedömningsundersökningar av inställning och attityder* görs årligen med postenkät till ett slumpmässigt urval om 2 000 personer 9-99 år. Genomförs av MMS AB.
- 2 *Internettillgången och internetanvändningen* studeras med telefonintervjuer två gånger årligen med slumpmässigt urval om 2 500 personer 9-99 år. Genomförs av MMS AB.

- 3 *Text-TV-användningen* studeras med telefonintervjuer två gånger årligen med slumpmässigt urval om 2 500 personer 9-99 år. Genomförs av MMS AB.
- 4 Utbudsstatistik från databasen hos Publik- och utbudsanalys.
- 5 Ärendestatistik från SVT:s programsekretariat.
- 6 Distributörskategorisering enligt planerings- och lagersystemet Vision hos SVT:s Planeringsenhet.
- 7 För samarbete med kulturinstitutioner har en särskild inventering gjorts.

***Ekonomi- och personaluppgifter***

- 1 Ekonomisystemet (Agresso)
- 2 Gagesystemet
- 3 Lönesystemet
- 4 Budgetavräkningen
- 5 Förteckning över nationella och utländska utmärkelser

***Uppgifter om internetanvändning***

HBX är det verktyg som används för att mäta användningen av svt.se. Det är ett verktyg som mäter internettrafik i enlighet med de standarder som finns för webbplatsmätningar, fastslagna av Kommittén för Internetannonsering (KIA).

### 26.3 Definitioner och begrepp

*Alecta:* Fullständigt namn Alecta pensionsförsäkring, ömsesidigt tjänstepensionsföretag (f.d. SPP, Sveriges Privatanställdas Pensionskassa).

*Allmänproduktion:* Till allmänproduktion räknas egenproduktioner, produktionsutläggningar, samproduktioner samt svenska förvärv inom programkategorierna Fakta, Fiktion, Musik, Nöje samt nyhetsmagasin riktade till barn och ungdom, sportdokumentärer och sportreportage samt korta pausprogram.

*Analog/Digital television:* TV-signalen kan distribueras i olika former. Den hittills förhärskande modellen som bygger på överföring av bilden, mottagning och tolkning i TV-apparatens katodstrålerör kallas *analog television*. Om TV-signalen i stället översätts till digital kod (ettor och nollor), innan programmet sänds ut, blir informationsförlusterna på vägen till hushållen mindre. Man kallar detta *digital television*. En D/A-omvandlare, i separat box eller integrerad i TV-apparaten, gör om signalen till analog television hemma hos konsumenten.

*Distributionssätt:* TV-signalen kan sändas ut för mottagning på olika sätt. När utsändningen av TV-programmen går via Teracom's sändarnät kallas detta *marksändning*. TV-signalen kan också vidareändas via kabel. I Sverige finns olika operatörer som vidareänder TV-kanaler till hushållen för kabelmottagning. TV-signaler som färdas långväga kan distribueras med hjälp av transpondrar på *satellit*. TV-signalen tas emot med en parabolantenn. Signalen kan vara såväl analog som digital i samtliga distributionsformer (se ovan).

*Egenproduktion:* En produktion som genomförs av Sveriges Television med företagets egna och/eller inhyrda resurser. Sveriges Television äger exploateringsrätten av produktionen.

*Främmande produktion:* Som främmande produktion räknas samtliga utländska förvärv samt samproduktioner med TV-företag eller producent som har sitt säte utanför Sverige. Till denna kategori räknas även programutbyte via Nordvisionen och Eurovisionen.

*Förvärv/inköp av visningsrätt:* Ett färdigt program som producerats av utomstående. Exploateringsrätten ägs av utomstående producent/distributör. Sveriges Television förvärvar viss visningsrätt. Utbyte/försäljning av program inom Nordvision och Eurovision betecknas som förvärv.

*In vision:* När text-TV visas med rullande exponering av sidor i de vanliga TV-sändningarna. Text-TV in vision kan alltså ses av alla TV-tittare oavsett om TV-apparaten är utrustad med text-TV-funktion eller inte.

*Kontribution:* Programinsamling/överföring av program från en produktionsort till programkontroll innan sändning sker.

*Metadata:* Data om data, information om information, d.v.s. egenskaper för ett objekt.

Viktiga metadata i ett medieföretag är produktionsmetadata, teknisk metadata, beskrivande metadata om innehåll, rättigheter och klassificering/märkning.

*Modererad chat:* Plats på Internet som är öppen för samtal, diskussionsinlägg och debatt och som kontinuerligt övervakas beträffande inläggets innehåll, så att dessa håller sig inom angivet ämnesområde och inte står i strid med svensk lag.

*Must carry:* Vidaresändningsplikt. Must carry är ett engelskt uttryck för reglering av vidaresändning av TV-sändningar. Radio- och TV-lagen 8 kap. 1§ beskriver en sådan plikt. Paragrafen återges här i sin helhet: ”Var och en som äger eller annars förfogar

över en anläggning för trådsändning, där TV-program sänds vidare till allmänheten och varifrån sändningarna når fler än tio bostäder, ska se till att de boende i fastigheter som är anslutna till anläggningen kan ta emot TV-sändningar som sker med tillstånd av regeringen och som är avsedda att tas emot i området utan villkor om särskild betalning. Skyldigheten gäller endast för sändningar för vilka sändningstillståndet har förenats med krav på opartiskhet och saklighet samt ett villkor om ett mångsidigt programutbud där det ska ingå nyheter. Sändningarna ska kunna tas emot på ett tillfredsställande sätt och utan kostnad för själva mottagningen. Ett program som har sänts ut enbart med digital teknik behöver sändas vidare endast om det sänds andra program i anläggningen med digital teknik. Det behöver då sändas vidare endast digitalt. Sändningsplikten gäller även sändningar som en tillståndshavare genomför för att uppfylla skyldigheten att sända till hela landet eller till delar av landet, men där sättet att sända inte kräver regeringens tillstånd. Sändningsplikt enligt första stycket omfattar högst tre samtidigt sända TV-program, som sänds av tillståndshavare, vars verksamhet finansieras genom anslag från TV-avgiften enligt lagen (1989:41) om TV-avgift, och högst ett TV-program som sänds av en annan tillståndshavare. Skyldighet enligt första stycket gäller inte för en anläggning där ett begränsat antal TV-program förs fram till abonnenterna genom ett kopplat telenät med hjälp av digital teknik. Sändningsplikten omfattar inte sändningar som sker med stöd av tillstånd till vidareändning enligt 3 kap. 5 §. Lag (1998:1713)”.

*OB:* Outdoor broadcasting, dvs. sändning eller inspelning från inspelningsplats med mobil teknik. Ej sändning från TV-studio.

*Opt out:* När en regional TV-kanal lägger ut sitt digitala utbud i analog form i SVT2-nätet, blir programmen tillgängliga endast för tittare i närområdet. Man kallar detta opt out. Metoden kan exempelvis användas i samband med större olyckor eller andra nyhetsändelser av stort lokalt intresse.

*Penetration:* För att beskriva hur många personer eller hushåll som har möjlighet att se en viss TV-kanal används begreppet *penetration*. Man brukar skilja på teknisk penetration och medveten penetration. Teknisk penetration anger hur många som befinner sig inom en sändares täckningsområde eller som har avtalat ett abonnemang på en viss kanal. Det behöver dock inte betyda att en person som tillfrågas faktiskt är medveten om möjligheten. Därför genomförs också undersökningar om medveten penetration där man t ex utifrån bilder på kanalernas logotyper får uppgifter om det är en kanal som man vet om att man har tillgång till eller ej.

*Podd:* Begreppet syftar på små bärbara hårddiskbaserade mediaspelare där ljud eller rörlig bild kan laddas ner från Internet och konsumeras oberoende av en datauppkoppling.

*Produktionsutläggning:* En produktion som genomförs av fristående/oberoende producent eller produktionsbolag för och på uppdrag av Sveriges Television, som förvärvat exploateringsrätten för produktionen.

*Räckviddsandel:* Andelen personer, som tittat minst 5 sammanhängande minuter på en enskild TV-kanal, av samtliga personer som en genomsnittlig dag sett minst 5 sammanhängande minuter på TV. Räckviddsandel är inte ett mått som fördelas mellan olika kanaler, utan varje kanal för sig kan ha en räckviddsandel på mellan 0 och 100 procent.

*Samproduktion:* En produktion som genomförs i samarbete med annan producent. I samproduktionsavtal fördelas intressenterna exploateringsrätten och reglerar inflytandet



över produktionens innehåll, form och ekonomi, vanligtvis i proportion till insatsen. Hemlandet för den part som har det exekutiva produktionsansvaret avgör om produktionen klassas som svensk eller utländsk. Samproduktioner som finansieras med medel ur den nordiska TV-samarbetsfonden ingår.

*Servicerepris:* Reprisering av program inom 30 dagar från första sändningstillfället. I regel förläggs servicerepriser inom en sjudagarsperiod från originalsändningen, ofta med dold eller öppen text-TV-textning för hörselhandikappade.

*Slinga:* Slinga eller programslinga utgörs av ett eller flera program som återutsänds fortlöpande utan avbrott. Gäller även text-TV in vision.

*Slot:* Sändningsutrymme av varierande längd och med fast placering i en programtablå. Kan handla om dagligen återkommande programplacering eller om fast sändningstid på i förväg bestämd veckodag.

*Skarvelement:* En programskarv är tiden mellan två tablösatta program – i regel ca 2 minuter lång. Skarven byggs upp av olika delar som *hallå* (med presentatören i bild eller som en röst kombinerad med någon profilerande bild för kanalen), *trailer* (information och marknadsföring av kommande program eller andra SVT-tjänster), *teaser* (kort trailer för att väcka nyfikenhet för ett kommande program) *kanal-id* (Längre kanalvinjett), *bumper* (kortare kanalvinjett).

*Streaming video:* Rörlig bild som visas på en webbsida då användaren är uppkopplad kallas streaming video. Detta används t.ex. inom Sveriges Televisions nyhetstjänst på Internet.

*Stringer:* En person som kontrakteras av en nyhetsredaktion för att tillfälligt svara för nyhetsbevakning och kommentarer från ett geografiskt område.

*Time shift:* Senarelagd sändningstid av originalsändning i annan kanal än ordinarie inom eget TV-bolag. T ex sänds *Nyhetstecken* vardagar kl. 17:20 i SVT2 och med time shift i SVT24 samma dag. SVT Europa använder ofta time shift för att skapa en attraktiv blandning av program från SVT1 och SVT2 samt i viss mån temakanalerna för tittare som bara kan se svensk TV via SVT Europa.

*Tittartidsandel:* Andel av den sammanlagda tiden för tittandet på TV som tillfaller ett enskilt program eller en enskild kanal/TV-företag. Tittartidsandelar för kanalerna summerar till 100 procent och är således ett slags mått på konkurrenskraft eller marknadsandel.

*Transmission:* En överföring av en scenföreställning/konsert till television med upptagning direkt från ett eller flera framföranden för publik.

*Transskribering:* Anpassning av en scenföreställning eller liknande till televisionen, med likartad eller förändrad dekor och samma skådespelare. I bland har manuset kortats ned. Inspelning sker i studiomiljö.

*Ursprungsland:* I regel det land som programmet härstammar från. Vid samproduktioner med flera olika intressenter inblandade har som ursprungsland räknats det land, som tydligast satt sin prägel på produktionen genom talat språk, miljö eller handling.

*Versionering:* Anpassning av främst utländska program genom i första hand översättningstextning. Även talad versionering förekommer i form av speaker, berättare och dubbning (för barn).

*Vidaresändningsplikt:* Se must carry.

*WAP*: En kortform för Wireless Application Protocol. Detta är ett ”språk” för att göra textbaserade internetsajter tillgängliga via mobiltelefoner. SVT har t ex hela text-TV-utbudet tillgängligt via WAP.

*Återutsändning*: Reprisering av program som tidigare sänts. Avgränsning mellan servicerepris (se ovan) och återutsändning går 30 dagar efter förstasändning. I regel förflyter dock avsevärt mycket längre tid innan en återutsändning kan bli aktuell. Även återutsändningar kan servicerepriseras.

## Tabellförteckning och tabeller

Tabellernas nummer hänvisar till det avsnitt i public service-uppföljningen där materialet behandlas. I de fall då flera olika tabeller kan hänföras till samma innehållsliga avsnitt skiljs de åt med en efterföljande bokstav.

<b>Tabell nr</b>	<b>Tabellinnehåll</b>
<b>Avsnitt nr</b>	
4 a	Andel TV-innehavare med tillgång till flera programkanaler
4 b	Andel av befolkningen som tittar på TV respektive Sveriges Television en genomsnittlig dag
4 c	Antal minuter som befolkningen med tillgång till TV tittat på TV en genomsnittlig dag samt Sveriges Televisions andel av tiden
4 d	Andel minuter som befolkningen tittat på SVT1, SVT2, TV3, TV4 och Kanal 5 respektive alla övriga TV-kanaler en genomsnittlig dag
4 e	Antal timmar i Sveriges Television i rikssändning samt regionalt ur ett tittarperspektiv
4 f	Antal timmar i SVT1 och SVT2 i rikssändning samt regionalt ur ett tittarperspektiv
4 g	Antal timmar i SVT1 och SVT2 i rikssändning varav förstasändningar respektive repris
4 h	Antal producerade sända timmar av SVT1 och SVT2 för rikssändning respektive regional sändning
4 i	Antal timmar rikssända förstasändningar i SVT1 och SVT2 fördelade på produktion respektive förvärv
4 j	Antal timmar rikssända repris i SVT1 och SVT2 fördelade på produktion respektive förvärv
4 k	Antal timmar producerade nyheter från SVT1 och SVT2
4 l	Antalet betalande TV-innehavare
4 m	TV-avgiften i kronor
4.1	Sveriges Televisions regionala organisation år 2006
4.2	Kanalpenetration i Sverige hösten 2005 och 2006
5	Den totala sändningstiden i Sveriges Television – rikssändningar och regionala sändningar ur ett produktionsperspektiv
5.1 a	Det rikssända utbudet i SVT1 och SVT2 fördelat på sändningstid. Förstasändningar och repris
5.1 b	De rikssända repriserens fördelning på olika repriserings typer i SVT1 och SVT2
5.2	Det regionalt sända utbudet i SVT2 fördelat på produktion i eller utanför Stockholm. Förstasändningar och repris
5.6	Ungefärlig fördelning av SVT-Texts ca 830 textsidor på innehåll
5.8	Det sända utbudet i SVT Europa fördelat på programkategorier
6 a	Det rikssända och regionala utbudet i SVT1 och SVT2 per programkategori. Förstasändningar och repris
6 b	Det rikssända utbudet i SVT1 och SVT2 fördelat på programkategorier och undergrupper. Förstasändningar och repris
6 c	Det rikssända utbudet per programkategori i Sveriges Televisions temakanaler
6.6 a	Sportevenemangens fördelning på sportgrenar i SVT1 och SVT2
6.6 b	Sportevenemangens fördelning på sportgrenar i SVT24
7	Den rikssända programverksamheten i SVT1 och SVT2 per programkategori för barn och ungdom. Förstasändningar och repris
8	Det rikssända utbudet i SVT1 och SVT2 per programkategori för och om etniska minoriteter. Förstasändningar och repris
9 a	Programtextning och teckenspråk i SVT1 och SVT2 i det rikssända utbudet. Förstasändningar och repris
9 b	Textning av program av svenskt ursprung i SVT1 och SVT2 per programkategori. Förstasändningar hela dygnet
9 c	Textning av program av svenskt ursprung i SVT1 och SVT2 per programkategori. Förstasändningar mellan kl 18 och 23
9 d	Teckenspråkssändningar i SVT1 och SVT2 i det rikssända utbudet per programkategori. Förstasändningar och repris
12.2 a	De rikssända kulturbevakande programmen i utbudet i SVT1 och SVT2. Förstasändningar och repris
12.2 b	Samarbeten med kultur- och musikinstitutioner. Antal produktioner, sändningstillfällen samt sändningstid i SVT1 och SVT2 i förstasändning
13 a	Det rikssända utbudet i SVT1 och SVT2 fördelat på programkategorier och ursprungsland. Förstasändningar och repris
13 b	Det rikssända förvärvade utbudet i SVT1 och SVT2 detaljerat fördelat på ursprungsland. Förstasändningar och repris
16 a	Det rikssända utbudet i SVT1 och SVT2 fördelat på sändningstider och programkategorier. Förstasändningar och repris
16 b	Det rikssända utbudet i SVT1 och SVT2 fördelat på sändningstid och målgrupp. Förstasändningar och repris (exklusive service)
16 c	Det rikssända utbudet i SVT1 och SVT2 på annat språk än svenska fördelat på programkategorier och typ av versionering. Förstasändningar och repris
17.1 a	Allmänproduktion (egenproduktioner, produktionsutläggningar, samproduktioner och svenska förvärv) i SVT1 och SVT2. Rikssant utbud i förstasändning
17.1 b	Regionernas allmänproduktion (egenproduktioner, produktionsutläggningar, samproduktioner och svenska förvärv) i SVT1 och SVT2. Rikssant utbud i förstasändning
17.1 c	Fördelning i SVT1 och SVT2 av allmänproduktionen (egenproduktioner, produktionsutläggningar, samproduktioner och svenska förvärv) i Stockholm och övriga landet. Rikssant utbud i förstasändning
17.2 a	Arvodet till medverkande

- 17.2 a löp. Arvoden till medverkande
- 17.2 b Antalet medverkande
- 17.2 c Lönekostnader för visstidsanställda
- 17.2 c löp. Lönekostnader för visstidsanställda
- 17.2 d Antalet visstidsanställda
- 17.2 e Samarbete med utomstående svenska producenter, Stockholm och övriga landet
- 17.2 e löp. Samarbete med utomstående svenska producenter, Stockholm och övriga landet
- 17.3 a Det rikssända utbudet i SVT1 och SVT2 fördelat på programkategorier och produktionstyper. Förstasändningar och repris
- 17.3 b Det rikssända utbudet i Sveriges Televisions temakanaler fördelat på produktionstyper
- 17.4 Rikssända program av europeiskt ursprung i SVT1 och SVT2. Förstasändningar och repris exkl. nyheter, sport och service
- 19 a Sveriges Televisions ärenden i Granskningsnämnden för radio och TV
- 19 b Fördelning av beslut om fällningar gällande Sveriges Television
- 22.2 Det sända utbudet fördelat på programkategorier relaterat till fördelningen av tittarnas tid på Sveriges Television
- 22.3 a Antal TV-tittare och räckviddsandel för Sveriges Television totalt och per veckodag
- 22.3 b Räckviddsandel för Sveriges Television i olika åldersgrupper samt för män och kvinnor
- 22.4 a Tittade minuter samt andel tittartid totalt och på Sveriges Television
- 22.4 b Andel tittartid på Sveriges Television i olika åldersgrupper samt för män och kvinnor
- 22.4 c Tittartidsandelar för public serviceföretag på den europeiska TV-marknaden
- 22.5 a Tittade minuter under kvällstid (kl 18-23) samt andel tittartid totalt och på Sveriges Television
- 22.5 b Andel tittartid under kvällstid (kl 18-23) på Sveriges Television i olika åldersgrupper samt för män och kvinnor
- 22.6 Andelen av befolkningen som sett minst ett program inom ett utbudsområde från SVT1 och SVT2 under en genomsnittlig vecka
- 22.7 Räckvidd – genomsnittligt antal tusen tittare på Sveriges Televisions temakanaler
- 22.8 a Andel av befolkningen som bedömt TV-kanalerna som tycker att nedanstående ord och uttryck stämmer in på Sveriges Television
- 22.8 b Andel av befolkningen som lämnat bedömning och som anser att Sveriges Televisions kanaler (SVT1/SVT2, SVT24, Barnkanalen och Kunskapskanalen) sammantagna är bästa kanaler för olika slags program
- 22.9 a Andel av befolkningen 9-99 år som använt text-TV och SVT Text en genomsnittlig dag
- 22.10 a Andel av befolkningen 9-99 år som använt Internet och Sveriges Televisions hemsidor hösten 2006
- 22.10 b Räckvidd – genomsnittligt antal tusen unika besökare (webbläsare) till svt.se
- 22.10 c Unika besökare per portal på svt.se samt mest besökta webbsidor på svt.se en genomsnittlig månad då sidan varit tillgänglig. Räckvidd – antal tusen unika besökare (webbläsare) till svt.se
- 24.2 Verksamhetens intäkter
- 24.2 löp. Verksamhetens intäkter
- 24.3 Verksamhetens kostnader
- 24.3 löp. Verksamhetens kostnader
- 24.4 a Prestationer per produktionstyp
- 24.4 b Resursinsats per produktionstyp
- 24.4 b löp. Resursinsats per produktionstyp
- 24.4 c Resursinsats per programkategori
- 24.4 c löp. Resursinsats per programkategori
- 24.4 d Kostnader temakanaler samt text-TV och webb
- 24.4 d löp. Kostnader temakanaler samt text-TV och webb
- 24.5 a Indexerad produktivitet per produktionstyp
- 24.5 b Indexerad produktivitet per programkategori
- 24.6 Redaktioner för funktionshindre - kostnader
- 24.6 löp. Redaktioner för funktionshindre - kostnader
- 24.7 Minoritetsspråksredaktioner - kostnader
- 24.7 löp. Minoritetsspråksredaktioner - kostnader

**Tabell 4 a**  
**Andel TV-innehavare med tillgång till flera programkanaler**

År	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Andel TV-innehavare med tillgång till:										
Flera kanaler via satellit/kabel/digitalbox	61	64	66	68	69	72	74	78	84	92
Enbart analog mark-TV	39	36	34	32	31	28	26	22	16	8

**Tabell 4 b****Andel av befolkningen som tittar på TV respektive Sveriges Television en genomsnittlig dag**

År	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Andel tittare	75	76	76	76	74	73	72	72	70	71
Andel SVT-tittare	60	60	62	61	58	57	56	56	53	53
SVTs räckviddsandel	79	79	82	80	79	78	77	77	76	74

**Tabell 4 c****Antal minuter som befolkningen med tillgång till TV tittat på TV en genomsnittlig dag  
samt Sveriges Televisions andel av tiden**

År	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Tittartid totalt	141	144	143	150	148	147	150	151	146	154
Tittartid SVT	67	69	67	66	62	63	61	61	58	59
SVTs tittartidsandel	48	48	47	44	42	43	41	40	40	38

**Tabell 4 d****Andel minuter som befolkningen tittat på SVT1, SVT2, TV3, TV4 och Kanal 5  
respektive alla övriga TV-kanaler en genomsnittlig dag**

År	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Tittartidsandel fem stora svenska TV-kanale	91	91	91	88	87	86	84	83	82	77
Tittartidsandel alla övriga TV-kanaler	9	9	9	12	13	14	16	17	18	23



**Tabell 4 e****Antal timmar i Sveriges Television i rikssändning samt regionalt ur ett tittarperspektiv**

År	1997	1998	1999*	2000*	2001*	2002*	2003	2004	2005	2006
Distribuerat i rikssändning	8 560	9 089	9 448	8 987	9 083	10 132	17 783	19 693	22 604	21 988
Distribuerat i regional sändning	184	182	174	171	145	157	146	168	185	202

\* Temakanaler på försöksbasis, ingen statistik.

**Tabell 4 f****Antal timmar i SVT1 och SVT2 i rikssändning samt regionalt ur ett tittarperspektiv**

År	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Distribuerat i rikssändning	8 560	9 089	9 448	8 987	9 083	10 132	9 828	9 261	12 018 *	11 945 *
Distribuerat i regional sändning	184	182	174	171	145	157	143	168	180	195

\* Varav parallellsändningar - 2 974 timmar år 2005 och 2 926 timmar år 2006.

**Tabell 4 g****Antal timmar i SVT1 och SVT2 i rikssändning varav förstasändningar respektive repris**

År	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Förstasändningar	5 285	5 583	5 714	5 453	5 499	6 645	6 144	5 472	5 132	4 953
Repriser	3 275	3 506	3 734	3 534	3 584	3 487	3 684	3 789	3 913	4 066

**Tabell 4 h****Antal producerade sända timmar av SVT1 och SVT2 för rikssändning respektive regional sändning**

År	1997	1998	1999*	2000*	2001*	2002*	2003*	2004*	2005	2006
Rikssändning	3 738	3 736	4 139	3 731	4 040	3 622	3 732	3 498	3 376	3 234
Regional sändning	1 591	1 631	1 737	1 994	2 056	1 671	1 558	1 832	1 918	2 077

\* Tabellen är rensad år 2002 - 2004 för parallellsändningar av Text-TV in vision samt 24 Direkt. Sändningstiden för perioden 1999 - 2001 inkluderar nattsändningar från SVT24, som uppskattas till 30, 40 resp. 400 timmar.

**Tabell 4 i****Antal timmar rikssända förstasändningar i SVT1 och SVT2 fördelade på produktion respektive förvärv**

År	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Förstasändning produktion	3 738	3 736	4 139	3 731	4 040	4 739	4 383	3 643	3 376	3 234
Förstasändning förvärv	1 547	1 847	1 575	1 722	1 459	1 906	1 761	1 829	1 756	1 719

**Tabell 4 j****Antal timmar rikssända reprisar i SVT1 och SVT2 fördelade på produktion respektive förvärv**

År	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Repriser produktion	2 269	2 243	2 387	2 262	2 111	2 088	2 382	2 104	2 390	2 286
Repriser förvärv	1 006	1 263	1 347	1 273	1 473	1 399	1 302	1 685	1 522	1 781

**Tabell 4 k**  
**Antal timmar producerade nyheter från SVT1 och SVT2**

År	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Riksnyheter	1 209	1 272	1 730	1 370	1 857	2 168	2 042	1 628	1 456	953
Regionala nyheter	1 533	1 548	1 530	1 521	1 472	1 577	1 558	1 832	1 866	1 966

**Tabell 4 I**  
**Antalet betalande TV-innehavare**

År	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Förändring 1997-2006
Antal i 1 000-tal	3 359	3 350	3 347	3 360	3 378	3 397	3 401	3 404	3 402	3 411	2%



**Tabell 4 m**  
**TV-avgiften i kronor**

År	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Förändring 1997-2006
Löpande priser	1 536	1 572	1 608	1 644	1 668	1 740	1 812	1 872	1 920	1 968	28%
Fasta priser*	1 697	1 738	1 771	1 792	1 775	1 813	1 852	1 906	1 946	1 968	16%

\*Prisnivån omräknad till 2006 års nivå med konsumentprisindex.

**Tabell 4.1**  
**Sveriges Televisions regionala organisation år 2006**

---

Regioner:	Mellansverige	Nord	Syd	Väst	Stockholm
Produktionsorter:	Falun/Leksand Norrköping Karlstad Örebro	Luleå Sundsvall Umeå	Malmö Växjö	Göteborg	Stockholm
Lokala redaktioner:	Eskilstuna Gävle Hudiksvall Sälen Visby Västerås	Kiruna Skellefteå Storuman Vilhelmina Örnsköldsvik Östersund	Jönköping Kalmar Karlskrona	Borås Halmstad Uddevalla	Uppsala

---

**Tabell 4.2**  
**Kanalpenetration i Sverige hösten 2005 och 2006**

Procent	År	2006 SVT	2005 SVT	Förändring 2005-2006
	SVT1	100	100	
	SVT2	100	100	
	TV4	100	99	1
	Kanal 5	80	74	6
	TV3	78	73	5
	ZTV/TV6	75	66	9
	TV4+	74	65	9
	MTV	70	65	5
	SVT24	71	49	22
	Eurosport	70	65	5
	Barnkanalen	63	46	17
	Kunskapskanalen	62	44	18
	Discovery	61	53	8
	TV4 FILM	41	29	12
	TV4 FAKTA	37	19	18
	TV400	37	24	13

Källa: MMS kanalpenetrationsundersökningar  
hösten 2005 vecka 42 - 48 och hösten 2006 vecka 44 - 49.

**Tabell 5**  
**Den totala sändningstiden i Sveriges Television - rikssändningar och regionala sändningar ur ett produktionsperspektiv**

År	2006	2005	2001	Förändring 2001-2006	Förändring 2005-2006
Sänd tid i timmar					
<b>Rikssändningar</b>					
Huvudkanaler program	11 945	12 018 *	9 083	2 862	-73
varav parallellt från temakanaler	2 926	2 974			
Temakanaler program	10 043	10 586		10 043	-543
varav parallellt från huvudkanaler	1 028	1 182			
Temakanaler text-tv in vision	2 771	2 324		2 771	446
<b>Summa rikssändningar</b>	<b>24 758</b>	<b>24 928</b>	<b>9 083</b>	<b>15 675</b>	<b>-170</b>
<b>Regionala sändningar</b>					
Huvudkanaler	2 150	1 980	1 481	669	170
Temakanaler	68	51		68	17
<b>Summa regionala sändningar</b>	<b>2 218</b>	<b>2 031</b>	<b>1 481</b>	<b>737</b>	<b>187</b>

\* I den totala tiden i huvudkanalerna saknas tid för trailer och hallå under perioden sept-dec 2005 pga tekniska problem. Tiden uppskattas till totalt ca 70 timmar.

**Tabell 5.1 a**  
**Det rikssända utbudet i SVT1 och SVT2 fördelat på sändningstid**  
**Förstasändningar och repriser**

År	2006	2005	2001	Förändring 2001-2006	Förändring 2005-2006
Sänd tid i timmar					
<b>Rikssändningar</b>					
Förstasändningar	4 953	5 132	5 499	-546	-179
Repriser	4 066	3 913	3 584	482	153
<b>Totalt</b>	<b>9 019</b>	<b>9 044</b>	<b>9 083</b>	<b>-64</b>	<b>-25</b>
<b>Procentuell fördelning</b>					
Förstasändningar	55%	57%	61%		
Repriser	45%	43%	39%		

**Tabell 5.1 b****De rikssända reprisernas fördelning på olika repriseringstyper i SVT1 och SVT2**

År	2006	2005	2001	Förändring 2001-2006		Förändring 2005-2006	
Sänd tid i timmar							
<b>Rikssända repris*</b>							
Servicerepriser av förstasända program	2 659	2 608	2 198	461	21%	51	2%
Återutsändning av äldre program	1 368	1 252	1 300	68	5%	117	9%
Servicerepriser på återutsändningar	39	53	86	-47	-55%	-14	-26%
<b>Summa repris</b>	<b>4 066</b>	<b>3 913</b>	<b>3 584</b>	<b>482</b>	<b>13%</b>	<b>153</b>	<b>4%</b>

\* Till detta kommer servicereprisering av regionala sändningar.

**Tabell 5.2**  
**Det regionalt sända utbudet i SVT2 fördelat på produktion i eller utanför Stockholm**  
**Förstasändningar och reprisar \***

År	2006			2005			2001			Förändring 2001-2006 i procent	Förändring 2005-2006 i procent
	Första sänd	Repris	Totalt sänd	Första sänd	Repris	Totalt sänd	Första sänd	Repris	Totalt sänd		
Tid i timmar											
<b>Regional nyhets-/program- verksamhet ur produktions- perspektiv</b>	<b>2 077</b>	<b>73</b>	<b>2 150</b>	<b>1 918</b>	<b>62</b>	<b>1 980</b>	<b>1 472</b>	<b>9</b>	<b>1 481</b>	45%	9%
Varav region:											
ABC	189	7	195	174	6	180	145	1	146	34%	9%
GÄVLEDALA	189	7	195	174	6	180	145	1	146	34%	9%
MITTNYTT	189	7	195	174	6	180	145	1	146	34%	9%
NORDNYTT	189	7	195	174	6	180	133	1	134	46%	9%
VÄSTERBOTTENSNYTT	189	7	195	174	6	180	129		129	52%	9%
SMÅLANDSNYTT	189	7	195	174	6	180	145	1	146	34%	9%
SYDNYTT	189	7	195	174	6	180	145	1	146	34%	9%
TVÅRSNYTT	189	7	195	174	6	180	107	1	108	81%	9%
VÄRMLANDSNYTT	189	7	195	174	6	180	88		88	122%	9%
VÄSTNYTT	189	7	195	174	6	180	145	1	146	34%	9%
ÖSTNYTT	189	7	195	174	6	180	145	1	146	34%	9%
Varav programtyp:											
Nyheter	1 955		1 955	1 856		1 856	1 463		1 463	34%	5%
Regional årskrönika	11	11	21	11	11	21	9	9	18	20%	
Reagera	62	62	125	51	51	103				~	21%
Valprogram	49		49							~	~
Digitala sändningar i analoga marknätet							584		584	~	
<b>Regional nyhets-/program- verksamhet ur tittarperspektiv i genomsnitt</b>	<b>189</b>	<b>7</b>	<b>195</b>	<b>174</b>	<b>6</b>	<b>180</b>	<b>145</b>	<b>1</b>	<b>146</b>	34%	9%

\* Regionala sändningars ursprung beror på tittarens boendeort. Ur produktionsperspektivet blir tiden 11 gånger högre än ur tittarperspektivet.

**Tabell 5.6**  
**Ungefärlig fördelning av SVT-Texts ca 830 textsidor på innehåll**

År 2006

Antal sidor	
<b>Nyheter</b>	80
(rikstäckande inrikes, utrikes, ekonomi och fördjupande bakgrundsartiklar)	
<b>Ekonomi</b>	180
(löpande handelsinformation, bl a börskurser, valutor, räntor, fonder)	
<b>Sport</b>	150
(allmän nyhetsbevakning, resultat- och tabellservice)	
<b>Underhållning</b>	50
(bl.a. filmrecensioner)	
<b>Specialavdelningar:</b>	
<b>Väderrapporter med prognoser</b>	50
(flerdygnsprognoser till lands och till sjöss)	
<b>Information till hörselhandikappade</b>	30
(i samarbete med de tre hörselhandikappförbunden)	
<b>Spel- och lotteriinformation</b>	100
<b>Programinformation:</b>	
<b>TV-information</b>	150
(programtabläer och utförlig information om dagens program)	
<b>Radioinformation</b>	40



**Tabell 5.8**  
**Det sända utbudet i SVT Europa fördelat på programkategorier**

År 2006	Totalt	
Sänd tid i timmar	sämt	
Fakta	2 823	37%
varav Barn och Ungdom	63	
Nyheter	1 817	24%
varav Barn och Ungdom	9	
Fiktion/Långfilm	511	7%
varav Barn och Ungdom	206	
Musik	148	2%
varav Barn och Ungdom	18	
Nöje	841	11%
varav Barn och Ungdom	161	
Sport	783	10%
varav Barn och Ungdom	21	
Service (hallå, trailer m.m.)	10	0%
Text-tv in vision	715	9%
<b>Summa</b>	<b>7 648</b>	<b>100%</b>
varav Barn och Ungdom	<b>478</b>	
Fördelning	6%	

**Tabell 6 a**  
**Det rikssända och regionala utbudet i SVT1 och SVT2 per programkategori**  
**Förstasändningar och repriser**

År 2006	Första-		Repriser		Totalt		Förändring		Förändring	
Sänd tid i timmar	sändningar				sönt		2001-2006		2005-2006	
<b>Rikssänt utbud</b>										
Fakta	1 501	30%	1 830	45%	3 330	37%	514	18%	312	10%
Nyheter	980	20%	33	1%	1 013	11%	-1 017	-50%	-452	-31%
Fiktion/Långfilm	872	18%	1 253	31%	2 125	24%	31	1%	-24	-1%
Musik	151	3%	202	5%	353	4%	-47	-12%	-73	-17%
Nöje	552	11%	563	14%	1 115	12%	388	53%	138	14%
Sport	884	18%	168	4%	1 052	12%	250	31%	212	25%
Service *	14	0%	18	0%	31	0%	-182	-85%	-139	-82%
<b>Summa</b>	<b>4 953</b>	<b>100%</b>	<b>4 066</b>	<b>100%</b>	<b>9 019</b>	<b>100%</b>	<b>-63</b>	<b>-1%</b>	<b>-25</b>	<b>0%</b>
<b>Regionalt utbud **</b>										
Nyheter och Fakta	2 077		73		2 150					

År 2005	Första-		Repriser		Totalt	
Sänd tid i timmar	sändningar				sönt	
<b>Rikssänt utbud</b>						
Fakta	1 172	23%	1 847	47%	3 018	33%
Nyheter	1 457	28%	7	0%	1 464	16%
Fiktion/Långfilm	976	19%	1 172	30%	2 149	24%
Musik	205	4%	222	6%	426	5%
Nöje	469	9%	508	13%	977	11%
Sport	695	14%	145	4%	840	9%
Service (hallå, trailer m.m.) *	157	3%	13	0%	170	2%
<b>Summa</b>	<b>5 132</b>	<b>100%</b>	<b>3 913</b>	<b>100%</b>	<b>9 044</b>	<b>100%</b>
<b>Regionalt utbud **</b>						
Nyheter och Fakta	1 918		62		1 980	

År 2001	Första-		Repriser		Totalt	
Sänd tid i timmar	sändningar				sönt	
<b>Rikssänt utbud</b>						
Fakta	1 125	20%	1 691	47%	2 816	31%
Nyheter	2 016	37%	14	0%	2 030	22%
Fiktion/Långfilm	899	16%	1 195	33%	2 094	23%
Musik	218	4%	182	5%	400	4%
Nöje	365	7%	362	10%	727	8%
Sport	672	12%	130	4%	802	9%
Service (hallå, trailer m.m.)	203	4%	10	0%	213	2%
<b>Summa</b>	<b>5 498</b>	<b>100%</b>	<b>3 584</b>	<b>100%</b>	<b>9 082</b>	<b>100%</b>
<b>Regionalt utbud **</b>						
Nyheter och Fakta ***	2 056		9		2 065	

\* De tekniska problemen med redovisningen av tiden för trailer och hallå i huvudkanalerna, som uppstod hösten 2005, kvarstår under år 2006. För perioden sept - dec 2005 uppskattades den sända tiden till 70 timmar. För helåret 2006 uppskattas tiden till 234 timmar, varav 18 timmar hallå och 216 timmar trailersändningar. Jämförande siffror för år 2005 är 204 timmar, varav 21 timmar hallå och 183 timmar trailer.

\*\* Från ett produktionsperspektiv.

\*\*\* Inklusivt 5 regionala digitala kanaler i marknätet.

**Tabell 6 b**

**Det rikssända utbudet i SVT1 och SVT2 fördelat på programkategorier och undergrupper  
Förstasändningar och repriser**

Sänd tid i timmar	År		2006		Totalt	
	Första- sändningar		Repriser		sänt	
<b>Fakta, varav:</b>	<b>1 501</b>	30%	<b>1 830</b>	45%	<b>3 330</b>	37%
Kulturfakta	244	16%	403	22%	647	19%
Gudstjänst, förkunnelse	46	3%	39	2%	85	3%
Fritidsfakta	129	9%	248	14%	377	11%
Livsstil	53	4%	95	5%	147	4%
Natur, miljö	44	3%	73	4%	117	4%
Naturvetenskap	33	2%	55	3%	89	3%
Humaniora	30	2%	52	3%	82	2%
Politik	906	60%	833	46%	1 738	52%
Ekonomi	14	1%	29	2%	43	1%
Sociala frågor	2	0%	3	0%	6	0%
<b>Nyheter, varav:</b>	<b>980</b>	20%	<b>33</b>	1%	<b>1 013</b>	11%
Riksnyheter	953	97%	31	96%	984	97%
Arena - Riksdagssändningar m.m.	27	3%	1	4%	29	3%
<b>Fiktions/Drama, varav:</b>	<b>872</b>	18%	<b>1 253</b>	31%	<b>2 125</b>	24%
Drama	120	14%	229	18%	349	16%
Biografvisad film	370	42%	487	39%	857	40%
TV-film	34	4%	36	3%	70	3%
TV-serie	346	40%	497	40%	843	40%
Dramadokumentär	2	0%	3	0%	6	0%
<b>Musik</b>	<b>151</b>	3%	<b>202</b>	16%	<b>353</b>	4%
<b>Nöje, varav:</b>	<b>552</b>	11%	<b>563</b>	14%	<b>1 115</b>	12%
Artistshow	71	13%	103	18%	174	16%
Sitcom	15	3%	25	4%	40	4%
Humor, satir	48	9%	50	9%	98	9%
Blandat nöje	211	38%	245	44%	457	41%
Underhållningsfakta	206	37%	140	25%	346	31%
<b>Sport, varav:</b>	<b>884</b>	18%	<b>168</b>	4%	<b>1 052</b>	12%
Idrottstävling	680	77%	91	54%	771	73%
Sportfakta	204	23%	77	46%	281	27%
<b>Service, varav:</b>	<b>14</b>	0%	<b>18</b>	0%	<b>31</b>	0%
Service (Anslagstavlan m.m.)	3	21%	5	28%	8	25%
Kortprogram	11	79%	13	72%	24	75%
<b>Summa</b>	<b>4 953</b>	100%	<b>4 066</b>	111%	<b>9 019</b>	100%

**Tabell 6 c****Det rikssända utbudet per programkategori i Sveriges Televisions temakanaler**

År 2006	SVT24		Barnkanalen		Kunskapskanalen		Summa	
Sänd tid i timmar								
Fakta	1 830	31%	122	4%	704	98%	2 656	26%
Nyheter	3 111	52%					3 111	31%
Fiktion/Långfilm	36	1%	2 171	64%	5	1%	2 213	22%
Musik	11	0%	23	1%	4	1%	38	0%
Nöje	136	2%	1 056	31%	6	1%	1 198	12%
Sport	809	14%	13	0%			822	8%
Service (hallå, trailer m.m.)			5	0%	1	0%	5	0%
<b>Summa</b>	<b>5 932</b>	<b>100%</b>	<b>3 391</b>	<b>100%</b>	<b>720</b>	<b>100%</b>	<b>10 043</b>	<b>100%</b>

**Tabell 6.6 a**  
**Sportevenemangens fördelning på sportgrenar i SVT1 och SVT2**

År	2006	2005	2001
Sänd tid i timmar			
<b>Totalt antal timmar, varav: *</b>	<b>771</b> 100%	<b>602</b> 100%	<b>579</b> 100%
Alpint	75 10%	65 11%	36 6%
Backhoppning	6 1%	2 0%	3 1%
Bandy	9 1%	7 1%	7 1%
Bilsport	18 2%	45 7%	71 12%
Curling	26 3%		
Cykel			2 0%
Dans	3 0%	3 1%	2 0%
Fotboll	147 19%	34 6%	65 11%
Freestyle	4 1%		
Friidrott	73 9%	66 11%	48 8%
Golf	7 1%	34 6%	39 7%
Gymnasik	5 1%	6 1%	
Handboll	4 1%	4 1%	2 0%
Handikappidrott	6 1%		
Innebandy	10 1%	2 0%	
Ishockey	93 12%	72 12%	25 4%
Konståkning	40 5%	32 5%	12 2%
Motorcykel	9 1%	18 3%	19 3%
Ridsport	33 4%	46 8%	47 8%
Segling/Båtsport		3 0%	19 3%
Simhopp	2 0%	6 1%	18 3%
Simning	25 3%	45 7%	30 5%
Skidor	61 8%	72 12%	58 10%
Skidskytte	24 3%	8 1%	23 4%
Skridsko	5 1%		
Snowboard	10 1%	18 3%	
Sommar-OS			4 1%
Tennis	13 2%	8 1%	16 3%
Trav			1 0%
Vinter-OS	56 7%		
Övrig sport	5 1%	7 1%	9 2%
Ej kategoriserad sport			23 4%

\* Avvikelser förekommer mot annan redovisning p.g.a. att vissa sändningar inte kan kategoriseras på sportgren.

**Tabell 6.6 b**  
**Sportevenemangens fördelning på sportgrenar i SVT24**

År	2006	2005	2003
Sänd tid i timmar			
<b>Totalt antal timmar, varav:</b>	<b>615</b> 100%	<b>592</b> 100%	<b>543</b> 100%
Alpint	28 5%	23 4%	7 1%
Backhoppning		3 0%	2 0%
Bandy	55 9%	41 7%	8 1%
Basketboll	23 4%	24 4%	46 8%
Bilsport	27 4%	22 4%	78 14%
Bordtennis		7 1%	7 1%
Bowling			12 2%
Boxning		1 0%	1 0%
Brottning			16 3%
Dans	3 0%	3 1%	2 0%
Fotboll	41 7%	68 12%	36 7%
Freestyle		4 1%	3 0%
Friidrott	10 2%	7 1%	11 2%
Golf	62 10%	74 13%	13 2%
Handboll	45 7%	36 6%	16 3%
Innebandy	47 8%	44 7%	27 5%
Ishockey	32 5%	25 4%	10 2%
Konstakning		6 1%	
Motorcykel	35 6%	49 8%	41 8%
Orientering			2 0%
Ridsport	22 3%	19 3%	81 15%
Segling/Båtsport		4 1%	13 2%
Simhopp	2 0%		
Simning	31 5%	15 3%	10 2%
Skidor	14 2%	5 1%	13 2%
Skidskytte	68 11%	50 8%	2 0%
Snowboard	1 0%	2 0%	1 0%
Tennis	40 6%	57 10%	42 8%
Vinter OS	29 5%		
Volleyboll		2 0%	17 3%
Övrig sport	1 0%		26 5%

**Tabell 7****Den rikssända programverksamheten i SVT1 och SVT2 per programkategori för barn och ungdom  
Förstasändningar och repris**

År	2006			2005			2001			Förändring 2001-2006 i timmar	Förändring 2005-2006 i timmar
	Första- sändningar	Repriser	Totalt sant	Första- sändningar	Repriser	Totalt sant	Första- sändningar	Repriser	Totalt sant		
Fakta	36	55	92	100	116	216	107	87	194	-103	-124
Nyheter	10	0	10	9	1	10	8		8	3	0
Fiktion	105	293	398	159	236	394	188	269	456	-59	3
Musik	15	16	31	19	18	38	54	13	67	-37	-7
Nöje	143	113	256	109	71	180	93	45	138	118	77
Sport	18	13	31	18	16	34	18	16	34	-3	-2
<b>Summa</b>	<b>327</b>	<b>491</b>	<b>818</b>	<b>415</b>	<b>457</b>	<b>871</b>	<b>468</b>	<b>430</b>	<b>898</b>	<b>-80</b>	<b>-53</b>
Varav Barn	265	441	706	347	388	735	312	351	663	43	-29
Ungdom	63	50	113	68	69	136	156	78	234	-122	-24

**Tabell 8**

**Det rikssända utbudet i SVT1 och SVT2 per programkategori för och om etniska minoriteter  
Förstasändningar och repriser**

Sänd tid i timmar	2006			2005			2001			Förändring	
	Första- sändningar	Repriser	Totalt sönt	Första- sändningar	Repriser	Totalt sönt	Första- sändningar	Repriser	Totalt sönt	2001 - 2006	2005 - 2006
Sändningar på:											
<b>Finska, varav:</b>	<b>77</b>	<b>54</b>	<b>131</b>	<b>81</b>	<b>58</b>	<b>139</b>	<b>70</b>	<b>46</b>	<b>117</b>	<b>14</b>	<b>-8</b>
Egen produktion, varav:	58	24	82	60	25	85	64	40	104	-23	-4
Fakta	6	11	17	6	12	17	26	40	67	-50	0
Nyheter	38		38	38		38	37		37	0	0
Barn	14	13	27	17	14	31				27	-4
Inköp/Utbyte varav:	19	31	49	21	33	54	6	6	12	37	-4
Fakta	17	28	45	17	31	48	4	4	8	37	-3
Fiktion	1	1	2	2	1	3				2	-1
Musik				1	0	1	1		1	-1	-1
Nöje		0	0							0	0
Sport	0	0	1							1	1
Barn							1	2	4	-4	
Övrigt	0	1	2	1		1				2	0
<b>Romani, varav:</b>				<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>					<b>-3</b>
Egen produktion, varav:				1	2	3					-3
Fakta				1	2	3					-3
<b>Samiska, varav:</b>	<b>54</b>	<b>5</b>	<b>59</b>	<b>54</b>	<b>13</b>	<b>67</b>	<b>26</b>	<b>14</b>	<b>40</b>	<b>19</b>	<b>-8</b>
Egen produktion, varav:	53	3	56	54	5	59	20	11	31	25	-4
Fakta				3	5	8	7	11	17	-17	-8
Nyheter	46		46	48		48	14		14	32	-2
Barn	7	3	10	3		3				10	7
Inköp/Utbyte varav:	1	2	3		7	7	5	4	9	-6	-5
Fakta	1	2	3							3	3
Barn					7	7	5	4	9	-9	-7
<b>Tornedalsfinska, varav:</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>4</b>
Egen produktion, varav:	4	6	10	3	3	6	1	3	4	6	4
Fakta	1	3	4	1	3	4	1	3	4	0	0
Barn	2	4	6	2		2				6	4
<b>Blandade min.språk, varav:</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>							<b>2</b>	<b>2</b>
Egen produktion, varav:	1	1	2							2	2
Musik	1	1	2							2	2
<b>Summa</b>	<b>136</b>	<b>66</b>	<b>202</b>	<b>139</b>	<b>75</b>	<b>215</b>	<b>97</b>	<b>64</b>	<b>161</b>	<b>41</b>	<b>-13</b>



**Tabell 9 a**  
**Programtextning och teckenspråk i SVT1 och SVT2 i det rikssända utbudet**  
**Förstasändningar och repriser**

År 2006	Första-sändningar		Repriser		Totalt sänt		Förändring 2001-2006		Förändring 2005-2006	
Sänd tid i timmar										
Dold text-TV-text	1 979	51%	1 904	49%	3 884	100%	2 019	108%	-104	-3%
Öppen text sv - sv	11	27%	30	73%	42	100%	-681	-94%	-1	-2%
<b>S:a svensktextat</b>	<b>1 991</b>	51%	<b>1 935</b>	49%	<b>3 925</b>	100%	1 337	52%	-105	-3%
Teckenspråk	65	59%	45	41%	110	100%	33	42%	18	20%
<b>Summa</b>	<b>2 056</b>	51%	<b>1 979</b>	49%	<b>4 035</b>	100%	<b>1 370</b>	51%	<b>-87</b>	-2%
Fördelning	51%		49%		100%					

Förändring 2001-2006	980	91%	390	25%	1 370	51%
Förändring 2005-2006	-5	0%	-82	-4%	-87	-2%

År 2005	Första-sändningar		Repriser		Totalt sänt	
Sänd tid i timmar						
Dold text-TV-text	1 986	50%	2 001	50%	3 987	100%
Öppen text sv - sv	16	37%	27	63%	43	100%
<b>S:a svensktextat</b>	<b>2 002</b>	50%	<b>2 028</b>	50%	<b>4 030</b>	100%
Teckenspråk	58	64%	33	36%	91	100%
<b>Summa</b>	<b>2 061</b>	50%	<b>2 061</b>	50%	<b>4 122</b>	100%
Fördelning	50%		50%		100%	

År 2001	Första-sändningar		Repriser		Totalt sänt	
Sänd tid i timmar						
Dold text-TV-text	1 000	54%	865	46%	1 865	100%
Öppen text sv - sv	13	2%	710	98%	723	100%
<b>S:a svensktextat</b>	<b>1 013</b>	39%	<b>1 575</b>	61%	<b>2 588</b>	100%
Teckenspråk	63	82%	14	18%	77	100%
<b>Summa</b>	<b>1 076</b>	40%	<b>1 589</b>	60%	<b>2 665</b>	100%
Fördelning	40%		60%		100%	

Till ovanstående uppgifter kan läggas översättningstext: 2 199 tim år 2006, 2 158 tim år 2005 samt 2 076 tim år 2001 (se tab 16 c).

**Tabell 9 b****Textning av program av svenskt ursprung i SVT1 och SVT2 per programkategori  
Förstasändningar hela dygnet**

År 2006 Sänd tid i timmar	Text-tv textning		Summa text-tv	Totalt utbud av pgm av svenskt ursprung	Andel text-tv textning	Förändring 2003-2006		Förändring 2005-2006	
	Dold	Öppen							
Fakta	607	0	607	1 161	52%	14	2%	-42	-6%
Nyheter	629		629	846	74%	338	117%	46	8%
Fiktion/Långfilm	98	1	100	103	96%	-85	-46%	-11	-10%
Musik	23	1	24	49	49%	18	280%	-18	-43%
Nöje	179	4	182	285	64%	71	64%	12	7%
Sport	208		208	456	46%	189	1033%	39	23%
Service	2	3	5	9	59%	3	99%	1	29%
Barn	64		64	139	46%	8	15%	-26	-29%
Ungdom	25		25	57	44%	-15	-37%	-13	-35%
Minoriteter	20	1	21	167	13%	16	308%	21	~
<b>Summa</b>	<b>1 854</b>	<b>10</b>	<b>1 865</b>	<b>3 272</b>	<b>57%</b>	<b>558</b>	<b>43%</b>	<b>10</b>	<b>1%</b>

Förändring 2003-2006	565 44%	-8 -42%	558 43%	-1 280 -28%
Förändring 2005-2006	15 1%	-5 -33%	10 1%	-173 -5%

År 2005 Sänd tid i timmar	Text-tv textning		Summa text-tv	Totalt utbud av pgm av svenskt ursprung	Andel text-tv textning
	Dold	Öppen			
Fakta	647	3	649	747	87%
Nyheter	582		582	1 447	40%
Fiktion/Långfilm	104	7	111	115	96%
Musik	41		41	74	56%
Nöje	166	4	170	302	56%
Sport	169		169	336	50%
Service	2	2	4	151	3%
Barn	89		89	217	41%
Ungdom	39		39	56	69%
Minoriteter					
<b>Summa</b>	<b>1 840</b>	<b>15</b>	<b>1 855</b>	<b>3 445</b>	<b>54%</b>

År 2003 Sänd tid i timmar	Text-tv textning		Summa text-tv	Totalt utbud av pgm av svenskt ursprung	Andel text-tv textning
	Dold	Öppen			
Fakta	587	6	593	817	73%
Nyheter	290		290	2 042	14%
Fiktion/Långfilm	182	2	185	192	96%
Musik	6		6	82	8%
Nöje	111		111	242	46%
Sport	17	1	18	444	4%
Service	0	2	3	221	1%
Barn	50	6	55	215	26%
Ungdom	40		40	151	27%
Minoriteter	5	0	5	145	4%
<b>Summa</b>	<b>1 289</b>	<b>18</b>	<b>1 307</b>	<b>4 552</b>	<b>29%</b>

Tillkommer text-TV in vision 264

**Tabell 9 c**

**Textning av program av svenskt ursprung i SVT1 och SVT2 per programkategori  
Förstasändningar mellan kl 18 och 23**

År 2006 Sänd tid i timmar	Text-tv textning		Summa text-tv	Totalt utbud av pgm av svenskt ursprung	Andel text-tv textning	Förändring 2003-2006		Förändring 2005-2006	
	Dold	Öppen							
Fakta	556	0	556	601	93%	-2	0%	-19	-3%
Nyheter	408		408	416	98%	152	60%	8	2%
Fiktion/Långfilm	82		82	85	96%	-52	-39%	-11	-12%
Musik	21	1	22	46	48%	15	247%	-13	-37%
Nöje	174	4	178	278	64%	67	60%	9	5%
Sport	131		131	215	61%	115	722%	15	13%
Service	2	1	3	6	50%	2	384%	1	32%
Barn	51		51	100	51%	2	4%	-29	-36%
Ungdom	25		25	51	48%	-15	-38%	-13	-35%
Minoriteter	7		7	11	66%	7	1449%	7	~~
<b>Summa</b>	<b>1 457</b>	<b>6</b>	<b>1 462</b>	<b>1 809</b>	<b>81%</b>	<b>291</b>	<b>25%</b>	<b>-45</b>	<b>-3%</b>

Förändring	289	2	291	-221
2003-2006	25%	71%	25%	-11%
Förändring	-44	-1	-45	-72
2005-2006	-3%	-18%	-3%	-4%

År 2005 Sänd tid i timmar	Text-tv textning		Summa text-tv	Totalt utbud av pgm av svenskt ursprung	Andel text-tv textning
	Dold	Öppen			
Fakta	573	3	576	657	88%
Nyheter	400		400	416	96%
Fiktion/Långfilm	93		93	97	96%
Musik	34		34	61	56%
Nöje	165	4	168	296	57%
Sport	116		116	148	79%
Service	2	1	2	8	29%
Barn	80		80	143	56%
Ungdom	38		38	56	69%
Minoriteter					
<b>Summa</b>	<b>1 500</b>	<b>7</b>	<b>1 507</b>	<b>1 881</b>	<b>80%</b>

År 2003 * Sänd tid i timmar	Text-tv textning		Summa text-tv	Totalt utbud av pgm av svenskt ursprung	Andel text-tv textning
	Dold	Öppen			
Fakta	556	2	558	727	77%
Nyheter	256		256	435	59%
Fiktion/Långfilm	134		134	142	95%
Musik	6		6	75	8%
Nöje	111		111	241	46%
Sport	15	1	16	183	9%
Service	0	0	1	6	10%
Barn	49	0	49	150	33%
Ungdom	40		40	68	59%
Minoriteter	0		0	3	14%
<b>Summa</b>	<b>1 168</b>	<b>3</b>	<b>1 171</b>	<b>2 030</b>	<b>58%</b>

\* Ny indelning fr o m år 2003.

**Tabell 9 d**

**Teckenspråkssändningar i SVT1 och SVT2 i det rikssända utbudet per programkategori  
Förstasändningar och repriser**

År 2006 Sänd tid i timmar	Första- sändningar		Repriser		Totalt sönt		Förändring 2001-2006		Förändring 2005-2006	
Fakta	14	22%	25	56%	39	36%	28	255%	3	8%
Nyheter	41	63%			41	37%	5	13%	14	51%
Nöje			4	10%	4	4%	1	50%	4	~~
Sport							-1	~~		
Barn	10	16%	15	34%	25	23%	8	49%	-3	-11%
Ungdom							-9	~~		
<b>Summa</b>	<b>65</b>	100%	<b>45</b>	100%	<b>110</b>	100%	<b>33</b>	42%	<b>18</b>	20%
Fördelning	59%		41%		100%					

Förändring 2001-2006	2	3%	31	218%	33	42%
Förändring 2005-2006	7	12%	11	34%	18	20%

År 2005 Sänd tid i timmar	Första- sändningar		Repriser		Totalt sönt	
Fakta	18	31%	18	53%	36	39%
Nyheter	27	46%			27	29%
Nöje						
Sport						
Barn	13	22%	15	47%	28	31%
Ungdom						
<b>Summa</b>	<b>58</b>	100%	<b>33</b>	100%	<b>91</b>	100%
Fördelning	64%		36%		100%	

År 2001 Sänd tid i timmar	Första- sändningar		Repriser		Totalt sönt	
Fakta	10	16%	1	7%	11	14%
Nyheter	36	57%			36	47%
Nöje	3	5%			3	4%
Sport	1	2%			1	1%
Barn	7	11%	10	71%	17	22%
Ungdom	6	10%	3	21%	9	12%
<b>Summa</b>	<b>63</b>	100%	<b>14</b>	100%	<b>77</b>	100%
Fördelning	82%		18%		100%	

**Tabell 12.2 a**

**De rikssända kulturbevakande programmen i utbudet i SVT1 och SVT2**

**Förstasändningar och repris**

År	2006			2005			2001			Förändring	
	Första- sändningar	Repriser	Totalt sant	Första- sändningar	Repriser	Totalt sant	Första- sändningar	Repriser	Totalt sant	2001 - 2006	2005 - 2006
Sänd tid i timmar											
Arty (SVT Stockholm)	4	7	11							11	11
Babel (SVT Stockholm)	8	16	25	8	15	22				25	2
Bildjournalen/retro (SVT Malmö)							10	21	31	-31	
Bokbussen (SVT Sundsvall)	9	18	27	9	19	28	5	11	16	11	-2
Bästa formen (SVT Malmö)	5	9	14	4	9	13				14	1
Design 365 (SVT Malmö)				3	3	7					-7
Filmkrönikan (SVT Göteborg)	14	28	42	14	28	42	17	17	34	8	0
Format (SVT Malmö)				9	18	27					-27
Kobra (SVT Stockholm)	12	26	38	14	27	40	14	29	43	-5	-2
Kulturnyhetera (SVT Stockholm)	30	30	60	30	30	61	26	26	52	8	-1
Musikbussen (SVT Sundsvall)	5	9	14	5	9	14				14	0
Musikbyrån/da capo (SVT Växjö)	18	25	42	10	18	28	27	61	88	-46	14
Musikministeriet (SVT Stockholm)	4	8	11							11	11
Musikspegeln/återspeglings (SVT Örebro)							9	18	27	-27	
Pop i fokus (SVT Stockholm)							10	20	30	-30	
Röda Rummet (SVT Sundsvall)							9	19	28	-28	
Studio pop (SVT Stockholm)				5	10	14					-14
Sverige! (SVT Malmö)	24	47	71	17	34	50				71	20
Tid för design: Showroom (SVT Stockholm)	0	6	6	4	7	11				6	-5
<b>Summa Kulturbevakande magasin</b>	<b>132</b>	<b>229</b>	<b>361</b>	<b>132</b>	<b>225</b>	<b>357</b>	<b>127</b>	<b>222</b>	<b>349</b>	<b>12</b>	<b>4</b>

**Tabell 12.2 b****Samarbeten med kultur- och musikinstitutioner****Antal produktioner, sändningstillfällen samt sändningstid i SVT1 och SVT2 i förstasändning**

År	2006			2005			2001		Förändring 2001-2006		Förändring 2005-2006		
	Antal		Timmar	Antal		Timmar	Antal Timmar		Antal prod Timmar		Prod	Sändn	Timmar
	prod	sändn		prod	sändn		prod						
Musik	34	36	26	30	39	26	16	21	18	5	4	-3	0
Dans	1	1	1	2	5	4	1	1	0	0	-1	-4	-3
Teater	4	4	5	8	13	19	2	6	2	-1	-4	-9	-14
Övrigt	125	127	64	75	143	77	20	28	105	36	50	-16	-13
<b>Summa</b>	<b>164</b>	<b>168</b>	<b>96</b>	<b>115</b>	<b>200</b>	<b>126</b>	<b>39</b>	<b>56</b>	<b>125</b>	<b>40</b>	<b>49</b>	<b>-32</b>	<b>-30</b>

**Tabell 13 a**

**Det rikssända utbudet i SVT1 och SVT2 fördelat på programkategorier och ursprungsland**

**Förstasändningar och repriser**

År 2006	Förstasändningar					Repriser				Totalt sånt	Förändring 2001-2006	Förändring 2005-2006			
	Främmande ursprung, varav:		Svenskt ursprung	Summa förstasänt	Främmande ursprung, varav:		Svenskt ursprung	Summa repriser							
	Europa, varav:	Norden			Europa, varav:	Norden									
Sänd tid i timmar															
Fakta	285	246	119	1 216	1 501	410	365	208	1 420	1 830	3 330	515	18%	312	10%
Nyheter				980	980				33	33	1 013	-1 017	-50%	-452	-31%
Fiktion/Långfilm	740	304	76	132	872	832	270	52	420	1 253	2 125	31	1%	-24	-1%
Musik	86	70	2	65	151	71	57	4	132	202	353	-47	-12%	-73	-17%
Nöje	156	120	39	396	552	158	131	62	405	563	1 115	388	53%	138	14%
Sport	410	391	15	474	884	81	76	0	87	168	1 052	250	31%	212	25%
Service *	5	3	1	9	14	6	5	3	12	18	31	-183	-85%	-139	-82%
<b>Summa</b>	<b>1 681</b>	<b>1 135</b>	<b>251</b>	<b>3 272</b>	<b>4 953</b>	<b>1 558</b>	<b>904</b>	<b>330</b>	<b>2 508</b>	<b>4 066</b>	<b>9 019</b>	<b>-63</b>	<b>-1%</b>	<b>-25</b>	<b>0%</b>
Fördelning	34%			66%	100%	38%			62%	100%					
<b>Summa exkl sport</b>	<b>1 271</b>	<b>744</b>	<b>237</b>	<b>2 798</b>	<b>4 069</b>	<b>1 477</b>	<b>828</b>	<b>330</b>	<b>2 421</b>	<b>3 898</b>	<b>7 967</b>	<b>-314</b>	<b>-4%</b>	<b>-238</b>	<b>-3%</b>
Fördelning	31%			69%	100%	38%			62%	100%					

Förändring 2001-2006 exkl. sport	165	180	85	-923	-758	427	306	171	17	444	-314				
	15%	32%	56%	-25%	-16%	41%	59%	107%	1%	13%					
Förändring 2005-2006 exkl. sport	-74	-72	36	-294	-367	230	74	71	-100	130	-238				
	-5%	-9%	18%	-10%	-8%	18%	10%	27%	-4%	3%					

År 2005	Förstasändningar					Repriser				Totalt sånt					
	Främmande ursprung, varav:		Svenskt ursprung	Summa förstasänt	Främmande ursprung, varav:		Svenskt ursprung	Summa repriser							
	Europa, varav:	Norden			Europa, varav:	Norden									
Sänd tid i timmar															
Fakta	336	280	100	835	1 172	380	326	177	1 467	1 847	3 018				
Nyheter	1			1 456	1 457				7	7	1 464				
Fiktion/Långfilm	827	393	63	149	976	731	324	54	442	1 172	2 149				
Musik	112	79	12	93	205	83	57	9	139	222	426				
Nöje	63	58	22	406	469	52	44	19	455	508	977				
Sport	342	262	49	354	695	48	40	1	97	145	840				
Service (hallå, trailer m.m.)	6	6	3	151	157	2	2	0	11	13	170				
<b>Summa</b>	<b>1 686</b>	<b>1 078</b>	<b>250</b>	<b>3 445</b>	<b>5 132</b>	<b>1 295</b>	<b>793</b>	<b>260</b>	<b>2 617</b>	<b>3 913</b>	<b>9 044</b>				
Fördelning	33%			67%	100%	33%			67%	100%					
<b>Summa exkl sport</b>	<b>1 345</b>	<b>815</b>	<b>200</b>	<b>3 091</b>	<b>4 436</b>	<b>1 247</b>	<b>753</b>	<b>259</b>	<b>2 521</b>	<b>3 768</b>	<b>8 204</b>				
Fördelning	30%			70%	100%	33%			67%	100%					

År 2001	Förstasändningar					Repriser				Totalt sånt					
	Främmande ursprung, varav:		Svenskt ursprung	Summa förstasänt	Främmande ursprung, varav:		Svenskt ursprung	Summa repriser							
	Europa, varav:	Norden			Europa, varav:	Norden									
Sänd tid i timmar															
Fakta	260	203	93	865	1 125	352	267	120	1 339	1 691	2 816				
Nyheter				2 016	2 016				14	14	2 030				
Fiktion/Långfilm	740	296	46	160	899	637	209	30	558	1 195	2 094				
Musik	96	59	8	122	218	52	38	4	130	182	400				
Nöje	10	6	5	355	365	9	7	5	353	362	727				
Sport	264	153	45	408	672	48	26	6	82	130	802				
Service (hallå, trailer m.m.)	1			203	204	1	1		10	10	214				
<b>Summa</b>	<b>1 370</b>	<b>717</b>	<b>197</b>	<b>4 129</b>	<b>5 499</b>	<b>1 098</b>	<b>548</b>	<b>165</b>	<b>2 486</b>	<b>3 584</b>	<b>9 083</b>				
Fördelning	25%			75%	100%	31%			69%	100%					
<b>Summa exkl sport</b>	<b>1 106</b>	<b>564</b>	<b>152</b>	<b>3 721</b>	<b>4 827</b>	<b>1 050</b>	<b>522</b>	<b>159</b>	<b>2 404</b>	<b>3 454</b>	<b>8 281</b>				
Fördelning	23%			77%	100%	30%			70%	100%					

\* Se kommentar tabell 6 a.

**Tabell 13 b****Det rikssända förvärvade utbudet i SVT1 och SVT2 detaljerat fördelat på ursprungsland  
Förstasändningar och repriser**

År	2006		2005		2001	
Sänd tid i timmar						
<b>Totalt</b>	<b>3 500</b>	100%	<b>3 278</b>	100%	<b>2 932</b>	100%
Sverige	402	11%	413	13%	518	18%
Norden	467	13%	420	13%	325	11%
Danmark	153	4%	158	5%	133 *	5%
Finland	102	3%	117	4%	100	3%
Island	9	0%	8	0%	7	0%
Norge	201	6%	137	4%	85	3%
Övriga Europa	1 436	41%	1 340	41%	888	30%
Storbritannien	595	17%	729	22%	515	18%
Frankrike	197	6%	182	6%	119	4%
Tyskland	199	6%	132	4%	50	2%
Övriga Europa	446	13%	298	9%	204	7%
USA	1 032	29%	887	27%	979	33%
Övriga	163	5%	218	7%	222	8%
Kanada	59	2%	116	4%	94	3%
Asien	47	1%	29	1%	80	3%
Australien/Nya Zeeland	31	1%	43	1%	32	1%
Afrika	11	0%	12	0%	2	0%
Central- och Sydamerika	14	0%	18	1%	14	0%

\* varav 2 timmar från Grönland år 2001.



**Tabell 16 a**

**Det rikssända utbudet i SVT1 och SVT2 fördelat på sändningstider och programkategorier  
Förstasändningar och repriser**

År 2006	Första-	Repriser	Totalt	Förändring	Förändring
Sänd tid i timmar	sändningar		sänt	2001-2006	2005-2006
<b>Före kl 18.00</b>	<b>1 794</b> 100%	<b>2 497</b> 100%	<b>4 291</b> 100%	<b>149</b> 4%	<b>82</b> 2%
Fakta	598 33%	1 398 56%	1 996 47%	607 44%	432 28%
Nyheter	505 28%	10 0%	515 12%	-649 -56%	-472 -48%
Fiktion/Långfilm	98 5%	470 19%	568 13%	-71 -11%	18 3%
Musik	18 1%	97 4%	115 3%	-41 -26%	-19 -14%
Nöje	73 4%	388 16%	461 11%	168 57%	12 3%
Sport	499 28%	129 5%	627 15%	137 28%	117 23%
Service (pausprogram)	3 0%	5 0%	8 0%	-3 -28%	-7 -47%
<b>Mellan kl 18.00 och kl 23.00</b>	<b>2 921</b> 100%	<b>629</b> 100%	<b>3 550</b> 100%	<b>-29</b> -1%	<b>-32</b> -1%
Fakta	885 30%	136 22%	1 021 29%	-135 -12%	-121 -11%
Nyheter	426 15%	0 0%	427 12%	-74 -15%	1 0%
Fiktion/Långfilm	676 23%	371 59%	1 047 30%	-49 -4%	-61 -5%
Musik	116 4%	22 3%	138 4%	-18 -12%	-45 -24%
Nöje	448 15%	85 13%	533 15%	142 36%	91 21%
Sport	358 12%	3 1%	362 10%	99 37%	98 37%
Service (pausprogram)	11 0%	12 2%	23 1%	7 41%	4 25%
<b>Efter kl 23.00</b>	<b>238</b> 100%	<b>940</b> 100%	<b>1 178</b> 100%	<b>-1</b> 0%	<b>62</b> 6%
Fakta	17 7%	296 32%	313 27%	43 16%	0 0%
Nyheter	49 20%	22 2%	71 6%	-295 -81%	20 38%
Fiktion/Långfilm	98 41%	411 44%	509 43%	149 41%	19 4%
Musik	17 7%	84 9%	100 9%	11 13%	-9 -8%
Nöje	31 13%	90 10%	120 10%	77 180%	35 40%
Sport	28 12%	36 4%	64 5%	16 33%	-3 -4%
Service (pausprogram)	0 0%	1 0%	1 0%	-2 -73%	1 350%
Service (trailer, hallå) varierande tider *				-184 ~	-137 ~
<b>Summa</b>	<b>4 953</b>	<b>4 066</b>	<b>9 019</b>	<b>-65</b>	<b>-25</b>

År 2005	Första-	Repriser	Totalt
Sänd tid i timmar	sändningar		sänt
<b>Före kl 18.00</b>	<b>1 745</b> 100%	<b>2 464</b> 100%	<b>4 209</b> 100%
Fakta	166 9%	1 397 57%	1 563 37%
Nyheter	984 56%	3 0%	987 23%
Fiktion/Långfilm	127 7%	423 17%	551 13%
Musik	15 1%	119 5%	134 3%
Nöje	51 3%	398 16%	449 11%
Sport	394 23%	115 5%	510 12%
Service (pausprogram)	8 0%	7 0%	15 0%
<b>Mellan kl 18.00 och kl 23.00</b>	<b>2 997</b> 100%	<b>586</b> 100%	<b>3 583</b> 100%
Fakta	984 33%	158 27%	1 142 32%
Nyheter	425 14%	0 0%	426 12%
Fiktion/Långfilm	760 25%	348 60%	1 108 31%
Musik	151 5%	31 5%	182 5%
Nöje	405 14%	37 6%	442 12%
Sport	259 9%	5 1%	264 7%
Service (pausprogram)	13 0%	5 1%	18 1%
<b>Efter kl 23.00</b>	<b>253</b> 100%	<b>863</b> 100%	<b>1 116</b> 100%
Fakta	22 8%	292 34%	313 28%
Nyheter	48 19%	3 0%	51 5%
Fiktion/Långfilm	89 35%	401 46%	490 44%
Musik	38 15%	71 8%	109 10%
Nöje	14 5%	72 8%	86 8%
Sport	42 17%	24 3%	66 6%
Service (pausprogram)	0 0%	0 0%	0 0%
Service (trailer, hallå) varierande tider	137 3%	0 0%	137 2%
<b>Summa</b>	<b>5 132</b>	<b>3 913</b>	<b>9 044</b>

**Tabell 16 a forts.**

År 2001	Första-		Repriser		Totalt	
Sänd tid i timmar	sändningar				sämt	
<b>Före kl 18.00</b>	<b>1 873</b>	100%	<b>2 269</b>	100%	<b>4 142</b>	100%
Fakta	113	6%	1 276	56%	1 389	34%
Nyheter	1 150	61%	14	1%	1 164	28%
Fiktion/Långfilm	94	5%	545	24%	639	15%
Musik	70	4%	86	4%	156	4%
Nöje	43	2%	250	11%	293	7%
Sport	395	21%	95	4%	490	12%
Service (pausprogram)	8	0%	3	0%	11	0%
<b>Mellan kl 18.00 och kl 23.00</b>	<b>2 936</b>	100%	<b>643</b>	99%	<b>3 579</b>	100%
Fakta	1 003	34%	153	24%	1 156	32%
Nyheter	501	17%			501	14%
Fiktion/Långfilm	710	24%	386	60%	1 096	31%
Musik	131	4%	25	4%	156	4%
Nöje	322	11%	69	11%	391	11%
Sport	260	9%	3	0%	263	7%
Service (pausprogram)	9	0%	7	1%	16	0%
<b>Efter kl 23.00</b>	<b>508</b>	100%	<b>671</b>	100%	<b>1 179</b>	100%
Fakta	8	2%	262	39%	270	23%
Nyheter	366	72%			366	31%
Fiktion/Långfilm	96	19%	264	39%	360	31%
Musik	18	4%	71	11%	89	8%
Nöje			43	6%	43	4%
Sport	17	3%	31	5%	48	4%
Service (pausprogram)	3	1%			3	0%
Service (trailer, hallå) varierande tider	184	3%			184	2%
<b>Summa</b>	<b>5 501</b>		<b>3 583</b>		<b>9 084</b>	

\* Se kommentar tabell 6 a.

**Tabell 16 b**

**Det rikssända utbudet i SVT1 och SVT2 fördelat på sändningstid och målgrupp  
Förstasändningar och repriser (exklusive service)**

År 2006	Första-sändningar		Repriser		Totalt sänt		Förändring 2001-2006		Förändring 2005-2006	
Sänd tid i timmar										
<b>Före kl 18.00</b>	<b>1 794</b>	100%	<b>2 497</b>	100%	<b>4 291</b>	100%	<b>149</b>	4%	<b>82</b>	2%
Varav Barn	97	5%	204	8%	300	7%	35	13%	1	0%
Varav Ungdom	10	1%	38	2%	48	1%	-3	-5%	9	22%
Varav Minoriteter	157	9%	76	3%	232	5%	-24	-9%	-41	-15%
<b>Mellan kl 18.00 och kl 23.00</b>	<b>2 921</b>	100%	<b>629</b>	100%	<b>3 550</b>	100%	<b>-29</b>	-1%	<b>-32</b>	-1%
Varav Barn	158	5%	222	35%	380	11%	-19	-5%	5	1%
Varav Ungdom	53	2%	5	1%	58	2%	-87	-60%	-2	-3%
Varav Minoriteter	19	1%	2	0%	21	1%	-27	-56%	-1	-5%
<b>Efter kl 23.00</b>	<b>238</b>	100%	<b>940</b>	100%	<b>1 178</b>	100%	<b>-1</b>	0%	<b>62</b>	6%
Varav Barn										
Varav Ungdom			6	1%	6	1%	-33	-84%	-2	-28%
Varav Minoriteter	1	0%	7	1%	7	1%	4	142%	-3	-26%
<b>Summa exkl service varierande tider</b>	<b>4 953</b>		<b>4 066</b>		<b>9 019</b>		<b>119</b>	1%	<b>111</b>	1%

År 2005	Första-sändningar		Repriser		Totalt sänt	
Sänd tid i timmar						
<b>Före kl 18.00</b>	<b>1 745</b>	100%	<b>2 464</b>	100%	<b>4 209</b>	100%
Varav Barn	90	5%	210	9%	300	7%
Varav Ungdom	0	0%	39	2%	40	1%
Varav Minoriteter	178	10%	96	4%	274	7%
<b>Mellan kl 18.00 och kl 23.00</b>	<b>2 997</b>	100%	<b>586</b>	100%	<b>3 583</b>	100%
Varav Barn	228	8%	147	25%	375	10%
Varav Ungdom	52	2%	8	1%	60	2%
Varav Minoriteter	20	1%	3	0%	22	1%
<b>Efter kl 23.00</b>	<b>253</b>	100%	<b>863</b>	100%	<b>1 116</b>	100%
Varav Barn						
Varav Ungdom			9	1%	9	1%
Varav Minoriteter			10	1%	10	1%
<b>Summa exkl service varierande tider</b>	<b>4 995</b>		<b>3 913</b>		<b>8 907</b>	

År 2001	Första-sändningar		Repriser		Totalt sänt	
Sänd tid i timmar						
<b>Före kl 18.00</b>	<b>1 873</b>	100%	<b>2 269</b>	100%	<b>4 142</b>	100%
Varav Barn	77	4%	188	8%	265	6%
Varav Ungdom	27	1%	24	1%	51	1%
Varav Minoriteter	140	7%	116	5%	256	6%
<b>Mellan kl 18.00 och kl 23.00</b>	<b>2 936</b>	100%	<b>643</b>	100%	<b>3 579</b>	100%
Varav Barn	235	8%	164	26%	399	11%
Varav Ungdom	129	4%	16	2%	145	4%
Varav Minoriteter	44	1%	4	1%	48	1%
<b>Efter kl 23.00</b>	<b>508</b>	100%	<b>671</b>	100%	<b>1 179</b>	100%
Varav Barn						
Varav Ungdom			39	6%	39	3%
Varav Minoriteter			3	0%	3	0%
<b>Summa exkl service varierande tider</b>	<b>5 317</b>		<b>3 583</b>		<b>8 900</b>	

**Tabell 16 c**

**Det rikssända utbudet i SVT1 och SVT2 på annat språk än svenska  
fördelat på programkategorier och typ av versionering  
Förstasändningar och repriser**

Sänd tid i timmar	Till svenska, varav :					Summa
	Översatt text	Berättare/ Speaker**	Dubb- ning**	Text-TV- text	Kommen- tator	
År 2006 *						
Fakta	485	1		201	2	689
Nyheter						
Fiktion/Långfilm	1 328	26	176	32		1 563
Musik	122			2	5	128
Nöje	247	1	47	16		311
Sport	17			20	454	491
Service						
<b>Summa</b>	<b>2 199</b>	<b>28</b>	<b>223</b>	<b>271</b>	<b>460</b>	<b>3 182</b>
Förändring	123	4	101	94	443	766
2001-2006	6%	17%	83%	53%	2607%	32%
Förändring	41	5	32	-55	438	461
2005-2006	2%	22%	17%	-17%	1963%	17%

Sänd tid i timmar	Till svenska, varav :					Summa
	Översatt text	Berättare/ Speaker**	Dubb- ning**	Text-TV- text	Kommen- tator	
År 2005 *						
Fakta	513	4		255	7	779
Nyheter	87			1		87
Fiktion/Långfilm	1 329	19	189	30		1 567
Musik	149			22	4	175
Nöje	75	0	2	17	11	105
Sport	1					1
Service	6			1		7
<b>Summa</b>	<b>2 158</b>	<b>23</b>	<b>191</b>	<b>326</b>	<b>22</b>	<b>2 721</b>

Sänd tid i timmar	Till svenska, varav :					Summa
	Översatt text	Berättare/ Speaker**	Dubb- ning**	Text-TV- text	Kommen- tator	
År 2001 *						
Fakta	586	5		167	7	765
Nyheter	50					50
Fiktion/Långfilm	1 220	19	121	8		1 368
Musik	182			2	4	188
Nöje	17				6	23
Sport	19		1			20
Service	2					2
<b>Summa</b>	<b>2 076</b>	<b>24</b>	<b>122</b>	<b>177</b>	<b>17</b>	<b>2 416</b>

\* I tabellen ingår det totala utbudet på annat språk än svenska, även egenproduktion.

Obearbetade program ingår ej.

\*\* Huvudsakligen använt för barnprogram.

**Tabell 17.1 a**  
**Allmänproduktion (egenproduktioner, produktionsutläggningar, samproduktioner och svenska förvärv) i SVT1 och SVT2**  
**Rikssänt utbud i förstasändning**

År	2006	2005	2001	Förändring	Förändring
Sänd tid i timmar				2001-2006	2005-2006
<b>Sänd tid i timmar</b>					
Stockholm	474	653	673	-199	-179
Regionerna	777	808	815	-38	-31
<b>Totalt</b>	<b>1 251</b>	<b>1 461</b>	<b>1 488</b>	<b>-237</b>	<b>-210</b>
<b>Procentuell fördelning</b>					
Stockholm	38%	45%	45%		
Regionerna	62%	55%	55%		

**Tabell 17.1 b**  
**Regionernas allmänproduktion (egenproduktioner, produktionsutläggningar, samproduktioner och svenska förvärv) i SVT1 och SVT2**  
**Rikssänt utbud i förstasändning**

År	2006	2005	2001	Förändring	Förändring
Sänd tid i timmar				2001-2006	2005-2006
Egenproduktion	685	749	726	-42	-64
Produktionsutläggning	35	21	29	6	15
Samproduktioner	48	31	23	25	17
Svenska förvärv	9	7	37	-28	2
<b>Totalt</b>	<b>777</b>	<b>808</b>	<b>815</b>	<b>-38</b>	<b>-31</b>

**Tabell 17.1 c**  
**Fördelning i SVT1 och SVT2 av allmänproduktionen (egenproduktioner, produktionsutläggningar, samproduktioner och svenska förvärv) i Stockholm och övriga landet**  
**Rikssänt utbud i förstasändning**

År 2006 Sänd tid i timmar och %	Stockholm		Övriga landet, varav:					
	Totalt		Totalt	Mellan	Nord	Syd	Väst	
Fakta	225	33%	454	67%	112	119	121	101
Fiktion/Långfilm	82	70%	35	30%			7	27
Musik	27	42%	37	58%	6	7	21	3
Nöje	141	36%	252	64%	67	56	90	39

**Tabell 17.2.a**  
**Arvoden till medverkande**

År	2006	2005	2001	Förändring 2001-2006		Förändring 2005-2006	
Mkr, 2006 års prisnivå							
Stockholm	127,1	141,1	143,9	-16,8	-12%	-14,0	-10%
Övriga landet	36,3	39,6	67,7	-31,4	-46%	-3,3	-8%
<b>Summa</b>	<b>163,4</b>	<b>180,7</b>	<b>211,7</b>	<b>-48,3</b>	<b>-23%</b>	<b>-17,3</b>	<b>-10%</b>
varav kulturarbetare:							
Stockholm	70,2	83,2	78,6	-8,4	-11%	-13,0	-16%
Övriga landet	15,7	18,2	34,3	-18,6	-54%	-2,5	-14%
<b>S:a kulturarbetare</b>	<b>85,9</b>	<b>101,4</b>	<b>112,9</b>	<b>-27,0</b>	<b>-24%</b>	<b>-15,5</b>	<b>-15%</b>

**Tabell 17.2 a löpande priser**  
**Arvoden till medverkande**

År	2006	2005	2001	Förändring 2001-2006		Förändring 2005-2006	
Mkr, löpande priser							
Stockholm	127,1	138,2	126,7	0,4	0%	-11,1	-8%
Övriga landet	36,3	38,8	59,6	-23,3	-39%	-2,5	-6%
<b>Summa</b>	<b>163,4</b>	<b>177,0</b>	<b>186,3</b>	<b>-22,9</b>	<b>-12%</b>	<b>-13,6</b>	<b>-8%</b>
varav kulturarbetare:							
Stockholm	70,2	81,5	69,2	1,0	1%	-11,3	-14%
Övriga landet	15,7	17,8	30,2	-14,5	-48%	-2,1	-12%
<b>S:a kulturarbetare</b>	<b>85,9</b>	<b>99,3</b>	<b>99,4</b>	<b>-13,5</b>	<b>-14%</b>	<b>-13,4</b>	<b>-13%</b>

**Tabell 17.2 b**  
**Antalet medverkande**

År	2006	2005	2001	Förändring 2001-2006		Förändring 2005-2006	
Stockholm	5 254	5 248	6 874	-1 620	-24%	6	0%
Övriga landet	2 165	2 762	4 801	-2 636	-55%	-597	-22%
<b>Summa</b>	<b>7 419</b>	<b>8 010</b>	<b>11 675</b>	<b>-4 256</b>	<b>-36%</b>	<b>-591</b>	<b>-7%</b>
varav kulturarbetare:							
Stockholm	2 132	2 120	2 159	-27	-1%	12	1%
Övriga landet	843	846	995	-152	-15%	-3	0%
<b>S:a kulturarbetare</b>	<b>2 975</b>	<b>2 966</b>	<b>3 154</b>	<b>-179</b>	<b>-6%</b>	<b>9</b>	<b>0%</b>

**Tabell 17.2 c**  
**Lönekostnader för visstidsanställda**

År	2006	2005	2001	Förändring 2001-2006		Förändring 2005-2006	
Mkr, 2005 års prisnivå							
Stockholm	87,3	104,6	120,4	-33,1	-28%	-17,3	-17%
Övriga landet	67,2	104,7	93,5	-26,3	-28%	-37,5	-36%
<b>Summa</b>	<b>154,5</b>	<b>209,3</b>	<b>213,9</b>	<b>-59,4</b>	<b>-28%</b>	<b>-54,8</b>	<b>-26%</b>

**Tabell 17.2 c löpande priser**  
**Lönekostnader för visstidsanställda**

År	2006	2005	2001	Förändring 2001-2005		Förändring 2005-2006	
Mkr, löpande priser							
Stockholm	87,3	102,5	106,0	-18,7	-18%	-15,2	-15%
Övriga landet	67,2	102,6	82,3	-15,1	-18%	-35,4	-35%
<b>Summa</b>	<b>154,5</b>	<b>205,1</b>	<b>188,3</b>	<b>-33,8</b>	<b>-18%</b>	<b>-50,6</b>	<b>-25%</b>

**Tabell 17.2 d**  
**Antalet visstidsanställda**

År	2006	2005	2001	Förändring 2001-2005		Förändring 2005-2006	
Stockholm	288	272	290	-2	-1%	16	6%
Övriga landet	268	297	238	30	13%	-29	-10%
<b>Summa</b>	<b>556</b>	<b>569</b>	<b>528</b>	<b>28</b>	<b>5%</b>	<b>-13</b>	<b>-2%</b>

Antalet visstidsanställda redovisas omräknade till heltider.



**Tabell 17.2 e****Samarbete med utomstående svenska producenter, Stockholm och övriga landet**

År	2006	2005	2001	Förändring 2001-2006		Förändring 2005-2006	
Mkr, 2006 års prisnivå							
<b>Stockholm, varav</b>	<b>206,3</b>	<b>206,3</b>	<b>234,6</b>	<b>-28,3</b>	-12%	<b>0,0</b>	0%
Produktionsutläggningar	41,8	50,5	117,5	-75,7	-64%	-8,7	-17%
Samproduktioner	91,2	89,0	23,1	68,1	295%	2,2	2%
Förvärv	73,3	66,8	94,1	-20,8	-22%	6,5	10%
<b>Övriga landet, varav</b>	<b>123,3</b>	<b>130,2</b>	<b>55,7</b>	<b>67,6</b>	121%	<b>-6,9</b>	-5%
Produktionsutläggningar	33,3	46,1	12,0	21,3	177%	-12,8	-28%
Samproduktioner	75,5	75,1	11,8	63,7	539%	0,4	1%
Förvärv	14,5	9,0	31,8	-17,3	-54%	5,5	61%
<b>Total</b>	<b>329,6</b>	<b>336,5</b>	<b>290,3</b>	<b>39,3</b>	14%	<b>-6,9</b>	-2%

**Tabell 17.2 e löpande priser****Samarbete med utomstående svenska producenter, Stockholm och övriga landet**

År	2006	2005	2001	Förändring 2001-2006		Förändring 2005-2006	
Mkr, löpande priser							
<b>Stockholm, varav</b>	<b>206,3</b>	<b>202,1</b>	<b>206,5</b>	<b>-0,2</b>	0%	<b>4,2</b>	2%
Produktionsutläggningar	41,8	49,5	103,4	-61,6	-60%	-7,7	-16%
Samproduktioner	91,2	87,2	20,3	70,9	349%	4,0	5%
Förvärv	73,3	65,4	82,8	-9,5	-11%	7,9	12%
<b>Övriga landet, varav</b>	<b>123,3</b>	<b>127,6</b>	<b>49,0</b>	<b>74,3</b>	152%	<b>-4,3</b>	-3%
Produktionsutläggningar	33,3	45,2	10,6	22,7	214%	-11,9	-26%
Samproduktioner	75,5	73,6	10,4	65,1	626%	1,9	3%
Förvärv	14,5	8,8	28,0	-13,5	-48%	5,7	65%
<b>Total</b>	<b>329,6</b>	<b>329,7</b>	<b>255,5</b>	<b>74,1</b>	29%	<b>-0,1</b>	0%

**Tabell 17.3 a**

**Det rikssända utbudet i SVT1 och SVT2 fördelat på programkategorier och produktionstyp**  
**Förstasändningar och repriser**

Sänd tid i timmar	År 2006	Svenska produktioner, varav:				Främmande prod, varav:		Utländska samprod	Totalt sänt		
		Egen-prod	Prod.-utlägg	Sam-prod	Inköp						
<b>Förstasändningar</b>											
Fakta	1 216	81%	1 108	29	53	25	285	19%	29	1 501	100%
Nyheter	980	100%	980							980	100%
Fiktion/Långfilm	133	15%	45	16	31	40	740	85%	42	872	100%
Musik	65	43%	50		7	7	86	57%		151	100%
Nöje	396	72%	337	24	12	23	156	28%	1	552	100%
Sport	474	54%	464			10	410	46%		884	100%
Service *	9	64%	5	0		4	5	36%		14	100%
<b>Summa förstasändningar</b>	<b>3 272</b>	<b>66%</b>	<b>2 989</b>	<b>70</b>	<b>103</b>	<b>110</b>	<b>1 681</b>	<b>34%</b>	<b>71</b>	<b>4 953</b>	<b>100%</b>
Fördelning	100%		91%	2%	3%	3%					
<b>Repriser</b>											
Fakta	1 420	78%	1 216	60	99	44	410	22%	35	1 830	100%
Nyheter	33	100%	33							33	100%
Fiktion/Långfilm	420	34%	142	32	53	194	832	66%	33	1 253	100%
Musik	132	65%	106	1	14	10	71	35%		202	100%
Nöje	405	72%	320	45	8	32	158	28%	2	563	100%
Sport	87	52%	75	2		10	81	48%		168	100%
Service *	12	66%	8		1	2	6	34%		18	100%
<b>Summa repriser</b>	<b>2 508</b>	<b>62%</b>	<b>1 900</b>	<b>140</b>	<b>175</b>	<b>293</b>	<b>1 558</b>	<b>38%</b>	<b>70</b>	<b>4 066</b>	<b>100%</b>
Fördelning	100%		76%	6%	7%	12%					
<b>Totalt sänt</b>	<b>5 780</b>	<b>64%</b>	<b>4 889</b>	<b>210</b>	<b>279</b>	<b>402</b>	<b>3 239</b>	<b>36%</b>	<b>142</b>	<b>9 019</b>	<b>100%</b>
Fördelning	100%		85%	4%	5%	7%					
<hr/>											
Förändring	-835		-748	-93	122	-116	769			-66	
2001-2006	-13%		-13%	-31%	77%	-22%	31%			-1%	
<hr/>											
Förändring	-283		-288	20	-3	-11	257		25	-25	
2005-2006	-5%		-6%	10%	-1%	-3%	9%		21%	0%	

Tabell 17.3 a forts.

Sänd tid i timmar	År 2005	Svenska produktioner, varav:				Främmande prod., varav:				Totalt sänt	
		Egen-prod	Prod.-utlägg	Sam-prod	Inköp	Utländska samprod					
<b>Förstasändningar</b>											
Fakta	835	71%	705	49	51	30	336	29%	23	1 172	100%
Nyheter	1 456	100%	1 456				1	0%		1 457	100%
Fiktion/Långfilm	149	15%	79	4	19	46	827	85%	30	976	100%
Musik	93	45%	75	2	3	14	112	55%	3	205	100%
Nöje	406	87%	342	19	19	26	63	13%	4	469	100%
Sport	354	51%	350			3	342	49%		695	100%
Service (hallå, trailer m.m.)	151	96%	140	0	0	11	6	4%		157	100%
<b>Summa förstasändningar</b>	<b>3 445</b>	<b>67%</b>	<b>3 149</b>	<b>75</b>	<b>92</b>	<b>130</b>	<b>1 686</b>	<b>33%</b>	<b>61</b>	<b>5 132</b>	<b>100%</b>
Fördelning	100%		91%	2%	3%	4%					
<b>Repriser</b>											
Fakta	1 467	79%	1 238	82	113	34	380	21%	30	1 847	100%
Nyheter	7	100%	7					0%		7	100%
Fiktion/Långfilm	442	38%	203	8	34	196	731	62%	21	1 172	100%
Musik	139	63%	118	2	5	14	83	37%	1	222	100%
Nöje	455	90%	358	24	38	36	52	10%	4	508	100%
Sport	97	67%	95			2	48	33%		145	100%
Service (hallå, trailer m.m.)	11	88%	10	1		0	2	12%		13	100%
<b>Summa repriser</b>	<b>2 617</b>	<b>67%</b>	<b>2 029</b>	<b>116</b>	<b>190</b>	<b>283</b>	<b>1 295</b>	<b>33%</b>	<b>56</b>	<b>3 913</b>	<b>100%</b>
Fördelning	100%		77%	4%	7%	11%					
<b>Totalt sänt</b>	<b>6 063</b>	<b>67%</b>	<b>5 177</b>	<b>190</b>	<b>282</b>	<b>413</b>	<b>2 982</b>	<b>33%</b>	<b>117</b>	<b>9 044</b>	<b>100%</b>
Fördelning	100%		85%	3%	5%	7%					

Sänd tid i timmar	År 2001	Svenska produktioner, varav:				Främmande produktioner				Totalt sänt	
		Egen-prod	Prod.-utlägg	Sam-prod	Inköp						
<b>Förstasändningar</b>											
Fakta	865	77%	755	38	42	30	260	23%		1 125	100%
Nyheter	2 016	100%	2 016	0	0	0	0	0%		2 016	100%
Fiktion/Långfilm	160	18%	104	8	11	37	740	82%		900	100%
Musik	122	56%	86	0	3	33	96	44%		218	100%
Nöje	356	97%	281	60	3	12	10	3%		366	100%
Sport	407	61%	401	0	0	6	264	39%		671	100%
Service (hallå, trailer m.m.)	203	100%	202	0	0	1	1	0%		204	100%
<b>Summa förstasändningar</b>	<b>4 129</b>	<b>75%</b>	<b>3 845</b>	<b>106</b>	<b>59</b>	<b>119</b>	<b>1 371</b>	<b>25%</b>		<b>5 500</b>	<b>100%</b>
Fördelning	100%		93%	3%	1%	3%					
<b>Repriser</b>											
Fakta	1 339	79%	1 153	71	66	49	352	21%		1 691	100%
Nyheter	14	100%	14	0	0	0	0	0%		14	100%
Fiktion/Långfilm	557	47%	211	24	23	299	637	53%		1 194	100%
Musik	131	72%	113	2	3	13	52	28%		183	100%
Nöje	353	98%	225	99	6	23	9	2%		362	100%
Sport	82	63%	69	0	0	13	48	37%		130	100%
Service (hallå, trailer m.m.)	10	91%	7	1	0	2	1	9%		11	100%
<b>Summa repriser</b>	<b>2 486</b>	<b>69%</b>	<b>1 792</b>	<b>197</b>	<b>98</b>	<b>399</b>	<b>1 099</b>	<b>31%</b>		<b>3 585</b>	<b>100%</b>
Fördelning	100%		72%	8%	4%	16%					
<b>Totalt sänt</b>	<b>6 615</b>	<b>73%</b>	<b>5 637</b>	<b>303</b>	<b>157</b>	<b>518</b>	<b>2 470</b>	<b>27%</b>		<b>9 085</b>	<b>100%</b>
Fördelning	100%		85%	5%	2%	8%					

\* Se kommentar tabell 6 a.

**Tabell 17.3 b****Det rikssända utbudet i Sveriges Televisions temakanaler fördelat på produktionstyper**

År 2006	Svenska produktioner, varav:					Främmande produk- tioner	Totalt sönt			
	Egen- prod	Prod.- utlägg	Sam- prod	Inköp						
Sänd tid i timmar										
<b>Totalt sönt</b>	<b>6 461</b>	64%	<b>6 190</b>	<b>65</b>	<b>82</b>	<b>124</b>	<b>3 581</b>	36%	<b>10 043</b>	100%
Fördelning		100%	96%	1%	1%	2%				

**Tabell 17.4**  
**Rikssända program av europeiskt ursprung i SVT1 och SVT2**  
**Förstasändningar och reprisar exkl. nyheter, sport och service**

År	2006		2005		2001		Förändring 2001-2006		Förändring 2005-2006	
Sänd tid i timmar										
<b>Totalt utbud, varav:</b>	<b>7 083</b>	100%	<b>6 814</b>	100%	<b>5 985</b>	100%	<b>1 098</b>	18%	<b>269</b>	4%
Europeiskt, varav:	5 886	83%	5 791	85%	4 915	82%	971	20%	94	2%
från fristående producent	1 141	16%	1 138	17%	949	16%	192	20%	3	0%

**Tabell 19 a****Sveriges Televisions ärenden i Granskningsnämnden för radio och TV**

År	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	Förändring 1997- 2005- 2006 2006	
Totalt antal ärenden	629	726	591	637	681	402	194	225	329	283	346	-97
Begärda yttranden	50	62	49	67	67	48	23	43	45	59	-9	-12
Fällda ärenden	13	18	18	27	30	24	13	16	15	23	-10	-5

**Tabell 19 b****Fördelning av beslut om fällningar gällande Sveriges Television**

År	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	Förändring 1997- 2005- 2006 2006	
Opartiskhet och/eller saklighet	7	4	10	16	20	16	4	8	9	11	-4	3
Intrång i privatlivet	1	1	1	1	(2) *	1	2	1	2	2	-1	0
Mediets genomslagskraft	1	3	1	3		3			2	3	-2	-2
Beriktigande/genmäle		1			(3) *	2	4	1	(2) *	1	-1	-1
Sponsring, gynnande, reklam	4	9	6	7	9	1	3	6	2	5	-1	-5
Övrigt					2**	1				1	-1	
<b>Summa</b>	<b>13</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>27</b>	<b>30</b>	<b>24</b>	<b>13</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>23</b>	<b>-10</b>	<b>-5</b>

\* ej som ensam fällningsgrund. Programmen fälldes även för brott mot kravet på opartiskhet och saklighet och räknas därför under denna kategori.

\*\* ej som ensam fällningsgrund i ett fall. Programmet fälldes även för otillåten sponsring och räknas därför under denna kategori.

**Tabell 22.2**  
**Det sända utbudet fördelat på programkategorier relaterat till fördelningen av tittarnas tid på Sveriges Television**

År 2006	Sänd tid	Tittad tid	Samstämmighetsindex
Tid i procent			
Fakta/Fritid	4,3	5,0	1,18
Fakta/Vetenskap	2,4	2,2	0,93
Fakta/Kultur	9,0	5,2	0,58
Fakta/Samhälle *	15,5	11,1	0,72
Nyheter **	25,3	20,5	0,81
Arena ***	7,8	0,7	0,08
Fiktions/Drama	17,5	18,4	1,05
Underhållning	9,2	16,0	1,74
Sport	8,7	20,6	2,35
Skarv	0,3	0,2	0,93
<b>Summa</b>	100	100	

Not: Ovanstående uppgifter av sänd tid baseras på de programuppgifter för hela utbudet i SVT1 och SVT2 som dagligen levereras till MMS. I 2006 års redovisning har parallellsändningarna från SVT24 medtagits.

\* "Morgonsoffan" i Gomorron Sverige klassificerades som Fakta/Samhälle

\*\* Programtiteln "Sändning från SVT24", som i huvudsak utgjorts av nattliga nyhetssändningar, upptog 1908,6 timmar, vilket motsvarar 15,7% av den totala sändningstiden i SVT1 och SVT2.

\*\*\* Programtiteln "24 Direkt", där bl a riksdagsändningarna ingick, upptog 929,9 timmar, vilket är merparten av sändningarna i kategorin Arena.

År 2005	Sänd tid	Tittad tid	Samstämmighetsindex
Tid i procent			
Fakta	32,3	23,5	0,73
Nyheter *	18,7	23,2	1,24
Fiktions/Långfilm	24,1	21,9	0,91
Musik	4,7	2,2	0,46
Nöje	10,5	16,5	1,57
Sport	9,3	12,3	1,33
Service	0,5	0,3	0,76
<b>Summa</b>	100	100	

\* Parallellsändningar av nyheter från SVT24 ej medtagna i denna redovisning.

"Morgonsoffan" i Gomorron Sverige klassificerades som Nyheter.

År 2001	Sänd tid	Tittad tid	Samstämmighetsindex
Tid i procent			
Fakta	30,7	23,7	0,77
Nyheter *	24,1	23,9	0,99
Fiktions/Långfilm	22,9	24,3	1,06
Musik	4,7	2,2	0,47
Nöje	8,5	13,6	1,60
Sport	8,7	11,8	1,36
Service	0,4	0,3	0,84
<b>Summa</b>	100	100	

\* "Morgonsoffan" i Gomorron Sverige klassificerades som Nyheter.

**Tabell 22.3 a****Antal TV-tittare och räckviddsandel för Sveriges Television totalt och per veckodag**

År	2006		2005		2001	
	Antal TV-tittare	Räckviddsandel SVT (%)	Antal TV-tittare	Räckviddsandel SVT (%)	Antal TV-tittare	Räckviddsandel SVT (%)
Antal TV-tittare i 1 000-tal totalt	6 170		6 111		6 340	
Antal tittare i 1 000-tal på SVT	4 579		4 633		4 990	
Räckviddsandel totalt SVT		74		76		79
Måndag		74		77		81
Tisdag		74		74		78
Onsdag		73		74		79
Torsdag		73		74		78
Fredag		75		78		78
Lördag		76		78		78
Söndag		75		76		80



**Tabell 22.3 b**  
**Räckviddsandel för Sveriges Television i olika**  
**åldersgrupper samt för män och kvinnor**

Procent	År	2006 SVT	2005 SVT	2001 SVT
Räckviddsandel totalt		74	76	79
3 - 14 år		60	64	69
15 - 24 år		48	48	56
25 - 39 år		66	68	75
40 - 59 år		79	80	81
60 år +		91	93	93
Män		74	76	79
Kvinnor		74	76	79

**Tabell 22.4 a****Tittade minuter samt andel tittartid totalt och på Sveriges Television**

År	2006		2005		2001	
	Minuter	Procent	Minuter	Procent	Minuter	Procent
Minuter tv totalt	154	100%	146	100%	148	100%
Minuter SVT	59	38%	58	40%	62	42%
Måndag		38%		42%		46%
Tisdag		39%		39%		40%
Onsdag		38%		39%		43%
Torsdag		38%		39%		42%
Fredag		39%		42%		42%
Lördag		39%		41%		39%
Söndag		37%		37%		41%

**Tabell 22.4 b**  
**Andel tittartid på Sveriges Television**  
**i olika åldersgrupper samt för män och kvinnor**

Procent	År	2006 SVT	2005 SVT	2001 SVT
Tittartidsandel totalt		38	40	42
3 - 14 år		31	34	40
15 - 24 år		18	16	20
25 - 39 år		27	29	34
40 - 59 år		37	39	41
60 år +		53	55	54
Män		38	39	42
Kvinnor		38	40	42

**Tabell 22.4 c**  
**Tittartidsandelar för public serviceföretag**  
**på den europeiska TV-marknaden**

Land	Public servicebolag	Tittartidsandel procent		
		år 2005	år 2004	år 2003
Kroatien	HRT Totalt	54	57	71
Polen	TVP Totalt	51	52	55
Österrike	ORF Totalt	48	52	52
Ryssland	Russian PSB Totalt	53	51	50
Tyskland	ARD+ZDF(+ övr)	44	49	44
Finland	YLE Totalt	44	45	44
Italien	RAI Totalt	43	44	45
Norge	NRK Totalt	44	44	44
Irland	RTE Totalt	41	41	41
Belgien - flamländska	VRT Totalt	36	40	38
<b>Sverige</b>	<b>SVT Totalt</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>41</b>
Frankrike	FR2+FR3+FR5	38	39	40
Island	RUV TV1	38	38	36
Storbritannien	BBC -Totalt	35	37	38
Nederländerna	NPD Totalt	33	36	35
Slovenien	RTVSLO Totalt	35	36	35
Schweiz - tyska	SF DRS (DE) Totalt	33	35	35
Danmark	DR Totalt	33	34	34
Schweiz - italienska	TSI (IT) Totalt	33	34	33
Serbien	RTS Totalt	32	33	35
Schweiz - franska	TSR (FR) Totalt	32	30	31
Tjeckien	CTV Totalt	30	30	30
Portugal	RTP Totalt	29	29	29
Rumänien	SRT Totalt	24	29	35
Spanien	TVE Totalt	25	28	31
Estland (estländsk)	ETV	25	25	24
Slovakien	STV Totalt	i.u.	25	25
Bulgarien	BNT Totalt	23	23	30
Belgien - franska	RTBF Totalt	17	19	19
Lettland	LTV Totalt	i.u.	19	18
Ungern	MTV Totalt	15	18	18
Litauen	LNRT	14	13	12
Grekland	ERT Totalt	i.u.	12	12
Israel	IBA Channel 1	10	10	10
Turkiet	TRT Totalt	6	7	8

Källa: EBU Statistics Network och GEAR

**Tabell 22.5 a**  
**Tittade minuter under kvällstid (kl 18-23) samt andel tittartid**  
**totalt och på Sveriges Television**

År	2006		2005		2001	
	Minuter	Procent	Minuter	Procent	Minuter	Procent
Minuter tv totalt	90	100%	88	100%	92	100%
Minuter SVT	40	44%	41	46%	45	49%
Måndag		44%		49%		54%
Tisdag		46%		45%		47%
Onsdag		43%		45%		51%
Torsdag		44%		45%		50%
Fredag		45%		50%		50%
Lördag		46%		48%		43%
Söndag		39%		40%		45%

**Tabell 22.5 b**  
**Andel tittartid under kvällstid (kl 18-23) på Sveriges Television**  
**i olika åldersgrupper samt för män och kvinnor**

Procent	År	2006 SVT	2005 SVT	2001 SVT
Tittartidsandel totalt		44	46	49
3 - 14 år		39	43	48
15 - 24 år		21	19	25
25 - 39 år		31	33	39
40 - 59 år		42	44	47
60 år +		59	61	60
Män		44	45	48
Kvinnor		44	47	49

**Tabell 22.6**  
**Andel av befolkningen som sett minst ett program inom ett utbudsområde från SVT1 och SVT2 under en genomsnittlig vecka**

År 2006		
Procent		
Genomsnittlig publik till förstasändning av samhällsprogram:		
Måndag	Faktum	2,8
	Böglobbyn	3,4
Tisdag	Uppdrag granskning	8,9
	Argument	2,3
Onsdag	Perspektiv	0,4
	Rebellen	2,8
	Petteri på villovägar	1,7
Torsdag	Planeten	4,3
	Dokument utifrån	2,4
Söndag	Dokument inifrån	3,5
	Agenda	5,6
	Kexi	1,5
Sett minst ett samhällsprogram under en vecka, inkl repris*		25,0
Genomsnittlig publik till förstasändning av kulturprogram:		
Måndag	Kobra	3,8
	Musikministeriet	3,8
Tisdag	Babel	1,6
	Bokbussen	2,2
	Arty	1,5
	Bästa formen	1,9
Torsdag	Filmkrönikan	2,0
Fredag	K special	1,5
	Musikbyrån	2,6
Lördag	Existens	4,1
Söndag	Sverige	4,0
Sett minst ett kulturprogram under en vecka, inkl repris*		20,1
Genomsnittlig publik till förstasändning av faktaprogram:		
Måndag	Fråga doktorn	10,5
	Klister	4,9
	Plus	10,2
Tisdag	Nya rum	6,1
	Toppform	6,6
	Evas funkarprogram	4,4
Onsdag	Gunnels gröna	3,1
	Naturnollorna	7,1
	Packat & klart	7,7
	Söderläge	4,1
	Mitt i naturen	6,1
	Login	5,7
	Vetenskapsmagasinet	6,4
	Expedition vildmark	4,2
Torsdag	Landgång	11,9
	Tinas kök	13,3
	Solens mat	10,1
	Söderlund och Bie	7,4
	Naturfilm: Den undre världen	4,5
	Vetenskapens värld	4,7
	Barbacka äventyr	2,9
Sett minst ett faktaprogram under en vecka, inkl repris*		48,3

\* undersökt period vecka 40-49 2006. Till veckopubliken räknas den som sett minst 33% av åtminstone ett program.

**Tabell 22.7****Räckvidd - genomsnittligt antal tusen tittare på Sveriges Televisions temakanale**

Tusental tittare	2006	2005	2004	Förändring 2004-2006		Förändring 2005-2006	
<b>SVT24</b> hela dygnet							
Per dag	290	131	93	197	212%	159	121%
Per vecka	1 095	513		1 095	~	582	113%
Per månad	2 338	1 083	804	1 534	191%	1 255	116%
<b>Barnkanalen</b> kl 02.00 - 18.00							
Per dag	176	77		176	~	99	129%
Per vecka	601	275		601	~	326	119%
Per månad	1 334	609		1 334	~	725	119%
<b>Kunskapskanalen</b> kl 18.00 - 02.00							
Per dag	97	32		97	~	65	203%
Per vecka	455	163		455	~	292	179%
Per månad	1 193	437		1 193	~	756	173%



**Tabell 22.8 a**  
**Andel av befolkningen som bedömt TV-kanalerna**  
**som tycker att nedanstående ord och uttryck**  
**stämmer in på Sveriges Television**

År	2006
Procent	
Trovärdigt	89
Professionellt	87
Mångsidigt	87
Kvalitetsinriktat	86
Angelägen för mig *	68
Underhållande	64
Nyskapande	57
Spännande	53

År	2005	2001
Procent		
Trovärdigt	90	88
Professionellt	87	81
Mångsidigt	82	78
Kvalitetsinriktat	82	78
Angelägen för alla *	76	71
Underhållande	60	55
Nyskapande	44	39
Spännande	39	34

\* T o m år 2005 "Angelägen för alla", fr om år 2006 "Angelägen för mig".

Not: T o m år 2005 har frågan avsett huvudkanalerna SVT1 och SVT2,  
fr o m år 2006 avser frågan SVT's samtliga kanale

**Tabell 22.8 b**

**Andel av befolkningen som lämnat bedömning och som anser att Sveriges Televisior kanaler (SVT1/SVT2, SVT24, Barnkanalen och Kunskapskanalen) sammantagna är bästa kanaler för olika slags program**

Procent	År 2006	Andel som nämner någon SVT-kanal som bäst, bland alla de personer som bedömt respektive programty	Andra kanalers andel	Summa	Bästa kanal	Andel av befolkningen som bedömt
	Kulturprogram/-magasin	90	10	100	SVT1/SVT2	48
	Teater, opera, konsert	85	15	100	SVT1/SVT2	35
	Barnprogram	81	19	100	SVT1/SVT2	43
	Samhällsprogram/-magasin	79	21	100	SVT1/SVT2	69
	Svenska TV-serier/drama/komedi	68	32	100	SVT1/SVT2	73
	Nyheter	67	33	100	SVT1/SVT2	92
	Naturprogram	58	42	100	SVT1/SVT2	74
	Dokumentärer	54	46	100	SVT1/SVT2	72
	Ungdomsprogram	47	53	100	SVT1/SVT2	32
	Sport	45	55	100	SVT1/SVT2	62
	Lättare underhållning	30	70	100	*	77
	Populärmusik	28	72	100	*	40
	Långfilmer	24	76	100	*	71
	Utländska TV-serier/drama/komedi	24	76	100	*	70

Källa: SOM-undersökningen 2006

Procent	År 2005	Andel som nämner någon SVT-kanal som bäst, bland alla de personer som bedömt respektive programty	Andra kanalers andel	Summa	Bästa enskilda kanal	Andel av befolkningen som bedömt
	Kulturprogram/-magasin	87	13	100	SVT2	44
	Barnprogram	81	19	100	SVT1	42
	Teater, opera, konsert	79	21	100	SVT2	28
	Samhällsprogram/ -magasin	78	22	100	SVT1	61
	Nyheter	61	39	100	*	90
	Svenska tv-serier/drama/komedi	58	42	100	SVT1	59
	Dokumentärer	47	53	100	SVT1	65
	Naturprogram	46	54	100	*	67
	Ungdomsprogram	39	61	100	SVT1	31
	Sport	35	65	100	*	61
	Lättare underhållning	28	72	100	*	71
	Populärmusik	23	77	100	*	39
	Utländska tv-serier/drama/komedi	20	80	100	*	60
	Långfilmer	17	83	100	*	65

Källa: SOM-undersökningen 2005

Procent	År 2001	Andel SVT1+SVT2 bäst bland dem som bedömt programtyper	Andra kanalers andel	Summa	Bästa enskilda kanal	Andel av befolkningen som bedömt
	Kulturprogram/-magasin	85	15	100	SVT2	45
	Teater, opera, konsert	82	18	100	SVT1	31
	Barnprogram	77	23	100	SVT1	44
	Samhällsprogram/ -magasin	68	32	100	SVT2	66
	Svenska tv-serier	58	42	100	SVT1	56
	Naturprogram	57	43	100	SVT1	75
	Dokumentärer	57	43	100	SVT2	61
	Nyheter	56	44	100	*	89
	Ungdomsprogram	38	62	100	SVT1	35
	Sport	35	65	100	*	62
	Populärmusik	25	75	100	*	39
	Lättare underhållning	22	78	100	*	71
	Utländska tv-serier	15	85	100	*	55
	Långfilmer	15	85	100	*	67

Källa: SOM-undersökningen 2001

\* någon annan tv-kanal har bedömts bättre än någon av Sveriges Televisions kanaler

Not: Fr o m år 2006 har undersökningen endast erbjudit SVT1 och SVT2 som ett samlat svarsalternativ. T o m år 2005 fanns möjlighet att välja SVT1 och SVT2 som enskilda svarsalternativ. Förändringen har gynnat SVTs kanaler något år 2006.

**Tabell 22.9 a**  
**Andel av befolkningen 9-99 år som använt**  
**text-TV och SVT Text en genomsnittlig dag\***

	År	2006
Procent		
Tillgång till Text-TV**		96
Använt Text-TV totalt en genomsnittlig dag		28
Använt SVT-Text en genomsnittlig dag		23
bland 9-14 år		19
bland 15-24 år		11
bland 25-39 år		35
bland 40-59 år		26
bland 60 år och äldre		18
Män		28
Kvinnor		18
Använt SVT-Text en genomsnittlig vecka		48
Använt SVT-Text en genomsnittlig månad		63

	År	2005	2001
Procent			
Tillgång till Text-TV**		97	92
Använt Text-TV totalt en genomsnittlig dag		39	37
Använt SVT-Text en genomsnittlig dag		34	32
bland 9-14 år		15	22
bland 15-24 år		35	31
bland 25-39 år		41	44
bland 40-59 år		37	31
bland 60 år och äldre		31	26
Män		43	40
Kvinnor		26	24
Använt SVT-Text en genomsnittlig vecka		54	54
Använt SVT-Text en genomsnittlig månad		62	63

\* T o m år 2005 resultat från februarimätningen respektive år. För 2006 år avser resultatet höstundersökningen.

\*\* MMS basundersökningar

Not: T o m år 2005 har undersökningarna gjorts med s k dagliga urval och frågorna ställts utifrån hur beteendet var igår, förra veckan etc. Fr o m år 2006 har respondenterna uppmanats att uppskatta hur frekventa användare de är, t ex dagliga.

**Tabell 22.10 a**  
**Andel av befolkningen 9-99 år som använt Internet och**  
**Sveriges Televisions hemsidor hösten 2006\***

	År	2006	
Procent			
Tillgång till Internet hemma		79 **	
Använt Internet någonstans en genomsnittlig dag		58	
Besökt Sveriges Televisions hemsidor en genomsnittlig dag		2	
Besökt Sveriges Televisions hemsidor en genomsnittlig vecka		15	
Besökt Sveriges Televisions hemsidor en genomsnittlig månad		35	
bland 9-14 år		38	
bland 15-24 år		39	
bland 25-39 år		52	
bland 40-59 år		39	
bland 60 år och äldre		14	
Män		36	
Kvinnor		33	
<b>Besökt Sveriges Televisions hemsidor senaste året</b>		<b>43</b>	
	År	2005	2001
Procent			
Tillgång till Internet någonstans		80	74
Tillgång till Internet hemma		71	63
Använt Internet någonstans en genomsnittlig dag		50	39
Besökt Sveriges Televisions hemsidor en genomsnittlig dag		4	2
Besökt Sveriges Televisions hemsidor en genomsnittlig vecka		11	6
Besökt Sveriges Televisions hemsidor en genomsnittlig månad		21	12
bland 9-14 år		29	11
bland 15-24 år		31	18
bland 25-39 år		30	18
bland 40-59 år		19	12
bland 60 år och äldre		7	3
Män		23	16
Kvinnor		19	9
<b>Besökt Sveriges Televisions hemsidor senaste året</b>		<b>32</b>	<b>22</b>

\* Data genom telefonintervjuer från oktober månad. Andel användare i olika tidsperspektiv anges i kumulativ procent.

\*\* MMS basundersökning

Not: T o m år 2005 har undersökningarna gjorts med s k dagliga urval och frågorna ställts utifrån hur beteendet var igår, förra veckan etc. Fr o m år 2006 har respondenterna uppmanats att uppskatta hur frekventa användare de är, t ex dagliga.

**Tabell 22.10 b****Räckvidd - genomsnittligt antal tusen unika besökare (webbläsare) till svt.se**

År	2006	2005	2003	Förändring	
				2003-2006	2005-2006
Tusental besökare					
Per dag	194	132	69	125 181%	62 47%
Per vecka	909	619	i.u.		290 47%
Per månad	2 865	1 999	1 054	1811 172%	866 43%

Källa: SiteCensus år 2003, 2005 samt januari - juli 2006, HBX 2006 augusti - december 2006.

**Tabell 22.10 c**

**Unika besökare per portal på svt.se samt mest besökta webbsidor på svt.se  
en genomsnittlig månad då sidan varit tillgänglig  
Räckvidd - antal tusen unika besökare (webbläsare) till svt.se**

År 2006 Tusental besökare	Antal besökare				Antal besökare		
	en genom- snittlig månad	mest besökta månad			en genom- snittlig månad	mest besökta månad	
<b>Portaler</b>				<b>Webbsidor</b>			
SVT Text-TV	434	575	maj	Bolibompa	187	285	dec
Sport	356	724	feb	Melodifestivaler	160	576	mar
Barn	348	783	dec	Go'kväll	85	176	apr
Nyheter	334	542	dec	Lilla Melodifestivaler	75	155	okt
Väder	246	307	maj	Mat	75	236	jan
TV-guide	233	299	feb	Bobster	71	115	dec
Innehåll	229	319	dec	Fotbollskväll	71	113	maj
Spel	177	216	mar	Valet 06	71	551	sep
Kultur & nöje	148	396	dec	Allt och lite til	69	100	dec
Video	110	147	maj	OS 2006	62	641	feb
Öppet arkiv	104	199	okt	Hockeykväll	58	86	mar
Mat & dryck	90	149	jan	Amigo	58	90	mar
Samhälle & dokumentä	81	125	nov	Myror i brallar	55	81	nov
Film & drama	75	107	mar	Björnes magasin	54	72	mar
Spinn	67	103	jan	Västnytt	53	89	aug
Fakta & fritid	55	94	nov	Badeboda Bc	52	61	aug
Om SVT	28	45	nov	Rapport	52	75	dec
Butiken	15	21	dec	Julkalendern 2006	49	564	dec
				Toppform	48	150	nov
				Lilla Sportspegelr	47	67	jan
				Hundparken	47	76	okt
				Fotbolls-VM	47	384	jun
				Hjärnkontorei	46	65	dec

Källa: SiteCensus/HBX 2006

**Tabell 24.2**

**Verksamhetens intäkter**

År	2006	2005	2001	Förändring 2001-2006		Förändring 2005-2006	
Mkr, 2006 års prisnivå							
Erhållna avgiftsmedel från rundradiokontot	3 538,6	3 539,3	4 149,7	-611,1	-15%	-0,7	0%
Erhållna avgiftsmedel från distributionskontot	460,2	579,1		460,2	~~	-118,9	-21%
<b>Delsumma avgiftsmedel</b>	<b>3 998,8</b>	<b>4 118,4</b>	<b>4 149,7</b>	<b>-150,9</b>	<b>-4%</b>	<b>-119,6</b>	<b>-3%</b>
Avgiftsmedel överförda till RIKAB	-97,3	-97,4	-100,7	3,4	-3%	0,1	0%
Avgiftsmedel överförda till SRF	-157,5	-140,5	-170,2	12,7	-7%	-17,0	12%
Skuldförda avgiftsmedel från föreg år	190,8	295,4	239,6	-48,8	-20%	-104,6	-35%
Årets skuldförda avgiftsmedel	-212,7	-194,7	-155,6	-57,1	37%	-18,0	9%
<b>S:a intäktsförda avgiftsmedel</b>	<b>3 722,1</b> 91%	<b>3 981,1</b> 94%	<b>3 962,8</b> 92%	<b>-240,7</b>	<b>-6%</b>	<b>-259,0</b>	<b>-7%</b>
Övriga intäkter	371,6 9%	276,7 6%	341,6 8%	30,0 9%		94,9 34%	
<b>Summa intäkter</b>	<b>4 093,7</b> #####	<b>4 257,8</b> #####	<b>4 304,4</b> 100%	<b>-210,7</b>	<b>-5%</b>	<b>-164,1</b>	<b>-4%</b>

**Tabell 24.2 löpande priser**

**Verksamhetens intäkter**

År	2006	2005	2001	Förändring 2001-2006		Förändring 2005-2006	
Mkr, löpande priser							
Erhållna avgiftsmedel från rundradiokontot	3 538,6	3 467,5	3 652,5	-113,9	-3%	71,1	2%
Erhållna avgiftsmedel från distributionskontot	460,2	567,4		460,2	~~	-107,2	-19%
<b>Delsumma avgiftsmedel</b>	<b>3 998,8</b>	<b>4 034,9</b>	<b>3 652,5</b>	<b>346,3</b>	<b>9%</b>	<b>-36,1</b>	<b>-1%</b>
Avgiftsmedel överförda till RIKAB	-97,3	-95,4	-88,6	-8,7	10%	-1,9	2%
Avgiftsmedel överförda till SRF	-157,5	-137,7	-149,8	-7,7	5%	-19,8	14%
Skuldförda avgiftsmedel från föreg år	190,8	289,4	210,9	-20,1	-10%	-98,6	-34%
Årets skuldförda avgiftsmedel	-212,7	-190,8	-137,0	-75,7	55%	-21,9	11%
<b>S:a intäktsförda avgiftsmedel</b>	<b>3 722,1</b> 91%	<b>3 900,4</b> 94%	<b>3 488,0</b> 92%	<b>234,1</b>	<b>7%</b>	<b>-178,3</b>	<b>-5%</b>
Övriga intäkter	371,6 9%	271,1 6%	300,7 8%	70,9 24%		100,5 37%	
<b>Summa intäkter</b>	<b>4 093,7</b> #####	<b>4 171,5</b> #####	<b>3 788,7</b> 100%	<b>305,0</b>	<b>8%</b>	<b>-77,8</b>	<b>-2%</b>

**Tabell 24.3**  
**Verksamhetens kostnader**

År	2006		2005		2001		Förändring 2001-2006		Förändring 2005-2006	
Mkr, 2006 års prisnivå										
Programproduktion SVT1 och SVT2	2 717,9	66%	2 691,1	63%	2 717,4	63%	0,5	0%	26,8	1%
Produktion övrig verksamhet	337,1	8%	317,3	7%	118,5	3%	218,6	184%	19,8	6%
Sändning	570,8	14%	682,3	16%	721,0	17%	-150,2	-21%	-111,5	-16%
Gemensamma	461,4	11%	563,7	13%	659,6	15%	-198,2	-30%	-102,3	-18%
Jämförelsestörande poster					87,9	2%	-87,9	~~		
<b>Summa</b>	<b>4 087,2</b>	<b>100%</b>	<b>4 254,5</b>	<b>100%</b>	<b>4 304,4</b>	<b>100%</b>	<b>-217,2</b>	<b>-5%</b>	<b>-167,3</b>	<b>-4%</b>

\* De jämförelsestörande kostnaderna består av:

Återbetalning av Alecta-medel	-34,7
Personalomstruktureringkostnader	122,6
<b>Summa</b>	<b>87,9</b>

**Tabell 24.3 löpande priser**  
**Verksamhetens kostnader**

År	2006		2005		2001		Förändring 2001-2006		Förändring 2005-2006	
Mkr, löpande priser										
Programproduktion SVT1 och SVT2	2 717,9	66%	2 636,5	63%	2 391,8	63%	326,1	14%	81,4	3%
Produktion övrig verksamhet	337,1	8%	310,9	7%	104,3	3%	232,8	223%	26,2	8%
Sändning	570,8	14%	668,5	16%	634,6	17%	-63,8	-10%	-97,7	-15%
Gemensamma	461,4	11%	552,3	13%	580,6	15%	-119,2	-21%	-90,9	-16%
Jämförelsestörande poster					77,4	2%	-77,4	~~		
<b>Summa</b>	<b>4 087,2</b>	<b>100%</b>	<b>4 168,2</b>	<b>100%</b>	<b>3 788,7</b>	<b>100%</b>	<b>298,5</b>	<b>8%</b>	<b>-81,0</b>	<b>-2%</b>

\* De jämförelsestörande kostnaderna består av:

Återbetalning av Alecta-medel	-30,5
Personalomstruktureringkostnader	107,9
<b>Summa</b>	<b>77,4</b>

SRF äger fastigheter som programföretagen utnyttjar i sin verksamhet samt handhar vissa gemensamma servicefunktioner. SRF bedriver fastighetsförvaltning, företagshälsövård och telefonväxel. SRF finansieras genom medelsavstående från programbolagen, vilket i annat fall skulle ha redovisats som kostnad i respektive programbolag (se tabell 24.2).



**Tabell 24.4 a**  
**Prestationer per produktionstyp**

Producerade timmar	År		2006		2005		2001		Förändring		Förändring	
									2001-2006		2005-2006	
Egen produktion	5 144	46%	5 071	46%	4 844	49%	300	6%	73	1%		
Produktionsutläggning och samproduktion	292	3%	273	2%	227	2%	65	29%	19	7%		
Inköp visningsrätt	1 760	16%	1 808	16%	1 450	15%	310	21%	-48	-3%		
Repriser	4 063	36%	3 976	36%	3 391	34%	672	20%	87	2%		
<b>Summa</b>	<b>11 259</b>	<b>100%</b>	<b>11 128</b>	<b>100%</b>	<b>9 912</b>	<b>100%</b>	<b>1 347</b>	<b>14%</b>	<b>131</b>	<b>1%</b>		

**Tabell 24.4 b**  
**Resursinsats per produktionstyp**

År	2006		2005		2001		Förändring 2001-2006		Förändring 2005-2006	
Mkr, 2006 års prisnivå										
Egen produktion	1 845,0	68%	1 960,9	73%	1 988,0	73%	-143,0	-7%	-115,9	-6%
Produktionsutläggning och samproduktion	341,7	13%	351,3	13%	312,5	12%	29,2	9%	-9,6	-3%
Inköp visningsrätt	492,1	18%	333,2	12%	349,4	13%	142,7	41%	158,9	48%
Repriser	39,1	1%	45,8	2%	67,6	2%	-28,5	-42%	-6,7	-15%
<b>Summa</b>	<b>2 717,9</b>	<b>100%</b>	<b>2 691,2</b>	<b>100%</b>	<b>2 717,5</b>	<b>100%</b>	<b>0,4</b>	<b>0%</b>	<b>26,7</b>	<b>1%</b>

**Tabell 24.4 b löpande priser**  
**Resursinsats per produktionstyp**

År	2006		2005		2001		Förändring 2001-2006		Förändring 2005-2006	
Mkr, löpande priser										
Egen produktion	1 845,0	68%	1 921,1	73%	1 749,8	73%	95,2	5%	-76,1	-4%
Produktionsutläggning och samproduktion	341,7	13%	344,2	13%	275,1	12%	66,6	24%	-2,5	-1%
Inköp visningsrätt	492,1	18%	326,4	12%	307,5	13%	184,6	60%	165,7	51%
Repriser	39,1	1%	44,9	2%	59,5	2%	-20,4	-34%	-5,8	-13%
<b>Summa</b>	<b>2 717,9</b>	<b>100%</b>	<b>2 636,6</b>	<b>100%</b>	<b>2 391,9</b>	<b>100%</b>	<b>326,0</b>	<b>14%</b>	<b>81,3</b>	<b>3%</b>

**Tabell 24.4 c**  
**Resursinsats per programkategori**

År	2006	2005	2001	Förändring 2001-2006	Förändring 2005-2006
Mkr, 2006 års prisnivå					
Fakta	529,3 19%	645,2 24%	609,4 22%	-80,1 -13%	-115,9 -18%
Nyheter	719,8 26%	721,4 27%	741,9 27%	-22,1 -3%	-1,6 0%
Fiktion/Långfilm	562,9 21%	663,9 25%	714,2 26%	-151,3 -21%	-101,0 -15%
Musik	81,4 3%	56,0 2%	71,8 3%	9,6 13%	25,4 45%
Nöje	302,9 11%	340,2 13%	301,0 11%	1,9 1%	-37,3 -11%
Sport	504,5 19%	243,3 9%	262,0 10%	242,5 93%	261,2 107%
Service (hallå, trailer m.m.)	17,1 1%	21,1 1%	17,2 1%	-0,1 0%	-4,0 -19%
<b>Summa</b>	<b>2 717,9 100%</b>	<b>2 691,2 100%</b>	<b>2 717,4 100%</b>	<b>0,5 0%</b>	<b>26,7 1%</b>

**Tabell 24.4 c löpande priser**  
**Resursinsats per programkategori**

År	2006	2005	2001	Förändring 2001-2006	Förändring 2005-2006
Mkr, löpande priser					
Fakta	529,3 19%	632,1 24%	536,4 22%	-7,1 -1%	-102,8 -16%
Nyheter	719,8 26%	706,8 27%	653,0 27%	66,8 10%	13,0 2%
Fiktion/Långfilm	562,9 21%	650,4 25%	628,6 26%	-65,7 -10%	-87,5 -13%
Musik	81,4 3%	54,9 2%	63,2 3%	18,2 29%	26,5 48%
Nöje	302,9 11%	333,3 13%	264,9 11%	38,0 14%	-30,4 -9%
Sport	504,5 19%	238,4 9%	230,6 10%	273,9 119%	266,1 112%
Service (hallå, trailer m.m.)	17,1 1%	20,7 1%	15,1 1%	2,0 13%	-3,6 -17%
<b>Summa</b>	<b>2 717,9 100%</b>	<b>2 636,6 100%</b>	<b>2 391,8 100%</b>	<b>326,1 14%</b>	<b>81,3 3%</b>

**Tabell 24.4 d**  
**Kostnader temakanaler samt text-TV och webb**

År	2006		2005		2003		Förändring 2003-2006		Förändring 2005-2006	
Mkr, 2006 års prisnivå										
24	127,6	38%	128,5	41%	116,8	57%	10,8	9%	-0,9	-1%
Barnkanalen	57,9	17%	49,0	15%	39,6	19%	18,3	46%	8,9	18%
Kunskapskanalen	30,4	9%	32,6	10%			30,4	~~	-2,2	-7%
Text-TV och webb	121,2	36%	107,2	34%	48,8	24%	72,4	148%	14,0	13%
<b>Summa</b>	<b>337,1</b>	<b>100%</b>	<b>317,2</b>	<b>100%</b>	<b>205,2</b>	<b>100%</b>	<b>131,9</b>	<b>64%</b>	<b>19,9</b>	<b>6%</b>

**Tabell 24.4 d löpande priser**  
**Kostnader temakanaler samt text-TV och webb**

År	2006		2005		2003		Förändring 2003-2006		Förändring 2005-2006	
Mkr, löpande priser										
24	127,6	38%	125,9	41%	108,8	57%	18,8	17%	1,7	1%
Barnkanalen	57,9	17%	48,0	15%	36,9	19%	21,0	57%	9,9	21%
Kunskapskanalen	30,4	9%	31,9	10%			30,4	~~	-1,5	-5%
Text-TV och webb	121,2	36%	105,0	34%	45,5	24%	75,7	166%	16,2	15%
<b>Summa</b>	<b>337,1</b>	<b>100%</b>	<b>310,8</b>	<b>100%</b>	<b>191,2</b>	<b>100%</b>	<b>145,9</b>	<b>76%</b>	<b>26,3</b>	<b>8%</b>

**Tabell 24.5 a**  
**Indexerad produktivitet per produktionstyp**

År	2006	2005	2001
2006 års prisnivå			
<b>Totalt</b>	<b>114</b>	<b>110</b>	<b>100</b>
Egenproduktion	114	106	100
Produktionsutläggning och samproduktion	118	107	100
Inköp visningsrätt	86	131	100
Repriser	208	173	100

**Tabell 24.5 b**  
**Indexerad produktivitet per programkategori**

År	2006	2005	2001
2006 års prisnivå			
<b>Totalt</b>	<b>114</b>	<b>113</b>	<b>100</b>
Fakta	108	111	100
Nyheter	108	105	100
Fiktion/Långfilm	161	115	100
Musik	86	128	100
Nöje	157	124	100
Sport	100	163	100
Service (hallå, trailer m.m.)	117	64	100

**Tabell 24.6**  
**Redaktioner för funktionshindrade - kostnader**

År	2006	2005	2001	Förändring 2001-2006	Förändring 2005-2006
Mkr, 2006 års prisnivå					
Programtextning	29,4	23,4	16,1	13,3	6,0
Nyhetstecken - redaktion för teckenspråk/Dövas TV	25,2	26,0	24,7	0,5	-0,8
<b>Summa</b>	<b>54,6</b>	<b>49,4</b>	<b>40,8</b>	<b>13,8</b>	<b>5,2</b>

**Tabell 24.6 löpande priser**  
**Redaktioner för funktionshindrade - kostnader**

År	2006	2005	2001	Förändring 2001-2006	Förändring 2005-2006
Mkr, löpande priser					
Programtextning	29,4	22,9	14,2	15,2	6,5
Nyhetstecken - redaktion för teckenspråk/Dövas TV	25,2	25,5	21,7	3,5	-0,3
<b>Summa</b>	<b>54,6</b>	<b>48,4</b>	<b>35,9</b>	<b>18,7</b>	<b>6,2</b>

**Tabell 24.7**  
**Minoritetsspråksredaktioner - kostnader**

År	2006	2005	2001	Förändring 2001-2006	Förändring 2005-2006
Mkr, 2006 års prisnivå					
Finska redaktionen	21,4	22,1	25,6 *	-4,2	-0,7
Samisk produktionsgrupp	8,5	10,7	6,6	1,9	-2,2
Tornedalsfinska	2,8	2,7	1,1	1,7	0,1
<b>Summa</b>	<b>32,7</b>	<b>35,5</b>	<b>33,3</b>	<b>-0,6</b>	<b>-2,8</b>

\* Avvikande redovisningsmetod för overhead- och teknikkostnader inom enheten år 2001.

**Tabell 24.7 löpande priser**  
**Minoritetsspråksredaktioner - kostnader**

År	2006	2005	2001	Förändring 2001-2006	Förändring 2005-2006
Mkr, löpande priser					
Finska redaktionen	21,4	21,7	22,6 *	-1,2	-0,3
Samisk produktionsgrupp	8,5	10,5	5,8	2,7	-2,0
Tornedalsfinska	2,8	2,6	1,0	1,8	0,2
<b>Summa</b>	<b>32,7</b>	<b>34,8</b>	<b>29,3</b>	<b>3,4</b>	<b>-2,1</b>

\* Avvikande redovisningsmetod för overhead- och teknikkostnader inom enheten år 2001.