

Lunds universitet
Institutionen för kommunikation och medier
Journalistik
Handledare: Anne-Sophie Naumann
2024 - 01 - 08

Ebba Wellergård
Johanna Nimvik Stern
JOUK10

April, april din dumma sill! Vi är public service och kan göra vad vi vill...

En kvalitativ textanalys av utvecklingen av aprilskämt i SVT
från 1997 till 2019

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	1
1.1 Problemformulering.....	4
1.2 Syfte.....	4
1.3 Frågeställningar.....	5
2. Tidigare forskning.....	6
2.1 Aprilskämt i media.....	6
2.2 Public service roll för den nationella identiteten.....	8
2.3 Uppsatsens position i forskningskontexten.....	10
3. Teori.....	11
3.1 Gestaltningsteori.....	11
3.2 Nyhetsvärden.....	12
3.3 Reporterpraktikens kontext.....	13
3.4 Principer inom public service.....	15
4. Metod.....	17
4.1 Kvalitativ textanalys.....	17
4.2 Gestaltninganalys.....	18
4.3 Idé- och ideologianalys.....	19
4.4 Metoddiskussion.....	20
4.5 Urval.....	22
4.6 Studiens reliabilitet.....	23
4.7 Forskningsetik.....	24
5. Material.....	25
5.1 Aprilskämt.....	25
5.2 Dokument.....	26
5.2.1 Medieetiska regler.....	26
5.2.2 Sändningstillstånd SVT.....	27
5.2.3 Public service-redovisning.....	27
6. Analys.....	28
6.1 Innehållsanalys av aprilskämten.....	28
6.1.1 Ölandsbron 1997.....	28
6.1.2 VänerOperan 2005.....	29
6.1.3 Aprilskämtet om aprilskämt 2009.....	30
6.1.4 Den lille havfrue 2015.....	32
6.1.5 Fotbollsskämtet 2019.....	32
6.1.6 Aprilskämtens utveckling.....	33
6.2 April, april... eller?.....	35
6.2.1 Ideal.....	36
6.2.2 Villkor.....	37
6.2.3 Konsekvenser.....	39
6.2.4 Det normativa perspektivet.....	42

7. Diskussion.....	46
Litteraturlista.....	52
Bilaga 1.....	57
Bilaga 2.....	60
Bilaga 3.....	63
Bilaga 4.....	66
Bilaga 5.....	69
Bilaga 6.....	76
Bilaga 7.....	84
Bilaga 8.....	89
Bilaga 9.....	97
Bilaga 10.....	99
Bilaga 11.....	100
Bilaga 12.....	102
Bilaga 13.....	104
Bilaga 14.....	105

Abstract

The purpose of this thesis is to investigate how April Fools' Day pranks on SVT (Swedish public service television) have evolved between 1997 and 2019 and to identify the reasons behind these changes, with a central focus on the concept of national identity. The analysis is thus divided into two sections. In the first section, a content analysis is conducted using Entman's framing method on five selected April Fools' pranks broadcasted by local SVT tv-stations. The analysis, anchored in Harcup and O'Neill's theory of news values, explores the news values present in each prank and how they are framed. Based on the results, similarities and differences between the broadcasts are identified to discern patterns in the changes that have occurred over time. The findings reveal that the April Fools' pranks contained approximately the same number of news values, but the degree and extent of these values appear to diminish each year. In the second section, explanations for the changes are identified by analyzing the circumstances SVT experienced during the broadcasting periods. The analysis draws on the theory of context of reporter practice (reporterpraktikens kontext), encompassing four circumstances influencing the content of a broadcast – conditions, consequences, ideals, and norms. These circumstances, viewed through the lens of national identity, are applied to various documents influencing SVT and are analyzed by using idea and ideology analysis to uncover possible causes for the changes in April Fools' pranks. The results indicate that the primary reason for the changes can be traced to the circumstance of consequences. It is demonstrated that SVT becomes aware of their position in society and reflect on the evolving media landscape. Maintaining societal cohesion, with a particular emphasis on national identity, is identified as crucial for their future endeavors.

Key words: public service, april fools, national identity, ethics, Sveriges Television, Swedish public service television

Abstract

Syftet med den här uppsatsen är att undersöka hur aprilskämt i SVT har förändrats mellan 1997 och 2019 och identifiera anledningar till varför förändringar har skett. Analysen är således uppdelad i två avdelningar. I den första avdelningen görs en innehållsanalys med hjälp av Entmans gestaltningsmetod, på fem utvalda aprilskämt som har sänts av lokalredaktioner på SVT. Analysen utgår ifrån Harcup och O'Neills teori om nyhetsvärden och undersöker vilka nyhetsvärden varje aprilskämt innehåller och hur dessa gestaltas. Utifrån resultatet identifieras likheter och skillnader mellan sändningarna för att hitta mönster i vilka förändringar som har skett över tid. Resultatet visar att aprilskämten innehöll ungefär lika många nyhetsvärden men graden och omfattningen av dessa tycks bli mindre för varje år. För varje år blir aprilskämten mindre allvarliga och ger en mindre fullständig bild av problemet. I den andra avdelningen identifieras förklaringar till förändringarna genom att analysera de omständigheter SVT har haft under sändningsperioderna. Analysen utgår ifrån teorin om reporterpraktikens kontext som innehåller fyra omständigheter som påverkar innehållet i en sändning - villkor, konsekvenser, ideal och normer. Dessa omständigheter tillämpas i olika dokument som påverkar SVT och analyseras med hjälp av idé- och ideologianalys för att ta reda på möjliga orsaker till förändringarna i aprilskämten. Resultatet visar att den huvudsakliga anledningen till förändringarna går att hitta inom omständigheten konsekvenser. Där visas det att SVT blir medvetna om sin position i samhället och de reflekterar över det föränderliga medielandskapet. Att hålla samman befolkningen pekas ut som det viktigaste för deras framtida arbete.

Nyckelord: public service, aprilskämt, nationell identitet, etik, Sveriges Television

Förord

Vi vill inleda denna uppsats med att tacka vår handledare Anne-Sophie Naumann, eller Fia som hon envetet påpekade att hon skulle kallas från den första minuten vi träffades. Under hösten har Fia varit ett bollplank som motiverat till vidare arbete med vår studie. Hon har även varit mycket anpassningsbar med sitt schema och tagit hänsyn till diverse resor och kurser. Utan henne hade uppsatsen varit fast på en söndrig bro våren 1997!

Under uppsatsskrivandets gång har arbetet fördelats jämnt mellan de två författarna. Vi har haft ett nära samarbete och en pågående diskussion under hela skrivandeprocessen. De första fem kapitlen har gjorts mer separat, och analysen och diskussionen mer i samråd med varandra. Denna fördelning har skett för att arbetet ska vara så effektivt och noggrant som möjligt. Vi har skrivit hela uppsatsen bredvid varandra och kontinuerligt läst igenom varandras skrivna delar. Uppsatsens omfång är något längre än vad riktlinjerna säger, vilket försvaras med att uppsatsens innehåll och formalia kräver många sidor, bland annat punktlistor, nytt kapitel på ny sida och blankrader efter kapitelrubrik. Dessutom är vi två författare vilket medför ett större omfång av allt från material till metod.

Till Gustav och Theodor, som gjort allt i sin kraft för att denna uppsats aldrig skulle bli klar.

1. Inledning

När staten 1967 formulerade public service-bolagens uppdrag tillkom det för första gången särskilda bestämmelser om opartiskhet och saklighet. De skulle nu ha en *skyldighet*¹ att före varje sändning kontrollera att alla uppgifter var korrekta.²

Public services unika position i samhället, att sända radio och tv i hela landet genom finansiering av staten och skatteintäkter, har historiskt sett resulterat i att det betraktats som rimligt att kraven som ställs på företagen är höga. Opertiskhet och saklighet ska prägla allt innehåll vilket ska sändas i ett folkbildningssyfte.³ Men en dag om året har alla dessa regler slängts ut genom fönstret. Denna omskrivna, hyllade och viktiga roll public service anses fylla i samhället har satts på spel så fort klockan slagit midnatt den första dagen den fjärde månaden av året.

Aprilskämtens historia i Sverige går att spåra tillbaka till mitten av 1600-talet. Den första april är det vanligt med enkla bluffar med syftet att underhålla utan några allvarliga konsekvenser. Även massmedier har historiskt sett varit delaktiga i denna tradition. 1911 skrev Svenska Dagbladet att det skulle närvara 600 elefanter vid invigningen av de olympiska spelen det kommande året. 1984 skrev The Sunday Times att bussarna i London skulle bli förarlösa.⁴ På senare år har mängden aprilskämt i medier börjat avta och flera tidningar har publicerat krönikor eller ledare om att de inte längre kommer publicera bluffartiklar. Här pekas ofta det förändrade medielandskapet ut som en orsak.⁵

¹ Utöver att titlar kursiveras, kursiveras även viktiga ord och begrepp för att visa på dess betydelse.

² K Å Johansson, Bengt , Dinamarca, Rossana , Kihlström, Dan , Larsson, Ewa, Nilsson, Annika, Olsson, Erland, Olsson, Kent, Sellén, Birgitta, Selin, Henrik, Isaksson, Jenny & 1996Larsson, Göran, *Radio och TV i allmänhetens tjänst: Riktlinjer för en ny tillståndperiod* (Stockholm: Elanders Gotab AB, 2005), <https://www.regeringen.se/contentassets/3ee7f8ef9ba244c5a5ab61c0dba7b182/radio-och-tv-i-allmanhetens-tjans-t--riktlinjer-for-en-ny-tillstandsperiod--missiv-t.o.m.-kapitel-5> [accessed 2023-10-17]. 53

³ SVT, *Företaget SVT: Uppdrag och Roll*, <https://b2b.svt.se/program/programutveckling/foretaget-svt-uppdrag-och-roll.html#:~:text=Public%20Service%20Duppdraget&text=Verksamheten%20regleras%20i%20f%C3%B6rsta%20hand> [accessed 2023-10-17].

⁴ Nordiska museet, *Första april*, 2013, <https://www.nordiskamuseet.se/aretsdagar/forsta-april> [accessed 2023-10-17].

⁵ Se bland annat Christofer Ahlqvist, *Därför publicerar GP inget aprilskämt i år*, 2018, <https://www.gp.se/nyheter/g%C3%B6teborg/d%C3%A4rf%C3%B6r-publicerar-gp-inget-aprilsk%C3%A4mt-i-%C3%A5r-1.5489903> [accessed 2023-11-21]; Anders Enström, *Därför skippar vi aprilskämtet*, 2022,

Medielandskapet är i konstant förändring och utveckling. Detta genomsyrar företagens strukturer, journalisters arbetsätt och det journalistiska innehållet. Den viktigaste beståndsdel i utvecklingen är digitaliseringen vilken gör att publik och pengar flyttas från mer traditionella medier, till internet och sociala medier.⁶ Det har lett till både nya möjligheter, men också nya utmaningar för journalister och mediehus. Efter det amerikanska presidentvalet 2016 uppstod en debatt om den roll medierna spelat i valrörelsen och begreppet 'fake news' blev alltmer etablerat.⁷ Enligt Ahlquist och Borglund har medierna, med ett ansvar mot samhället där sanning och trovärdighet är bland de viktigaste aspekterna, förändrat sin medieetik i samband med digitalisering och internationalisering. Journalistisk etik är en löpande diskussion i branschen gällande vad som är rätt och fel. Det är upp till den egna redaktionen eller medieföretaget att avgöra sin egen etik. Etiken är på så sätt bredare än det som hanteras i lag och självreglering. Det omfattar även sådant som föredöme, omdöme och förtroende.⁸ Ahlquist och Borglund menar att medieetiken behöver ta hänsyn till att det finns betydligt fler aktörer i journalistiken idag, samt att journalistiken är global och på så sätt når och påverkar fler. En viktig uppgift för journalistiken är att bidra till 'the public good' genom att vara förtroendeingivande. Det innebär också att skapa samhörighet och stärka demokratin genom att ge information och skildra verkligheten. Det bidrar till en känsla i samhället av samförstånd, samverkan och gemenskap.⁹

Att skapa samhörighet och nationell identitet kan också betyda att bevara traditioner. Nationell identitet är ett stort begrepp som kräver vidare definition. För det första är det av värde att specificera att 'nation' i denna mening inte syftar till den politiska, utan den kulturella. Den beskrivs som en 'själ' som bestäms utifrån en stor uppsättning av gemensamma minnen från människor som har en vilja att leva tillsammans och en vilja att bevara dessa minnen.¹⁰ Ett tydligt sätt som nationell identitet skapas är genom territorium, nationens faktiska gränser, men att konstituera nationell identitet kan också handla om olika kulturella normer och specifika beteenden. Här spelar medier en roll.¹¹ Gripsrud skriver att

<https://www.barometern.se/kalmar/darfor-skippar-vi-aprilskamtet-a1bdab9b/> [accessed 2023-11-21]; Linus Carle, *Ledare: Därför publicerar inte AN aprilskämt*, 2020,

<https://www.arvikanyheter.se/2020/04/01/ledare-darfor-publicerar-inte-an-aprilskamt-381cc/> [accessed 2023-11-21].

⁶ Martin Ahlquist & Tommy Borglund, *Medierna och etiken : ansvar i ett nytt medielandskap* (Stockholm: Sanoma Utbildning, 2017). 15-16

⁷ ibid. 136

⁸ ibid. 130-131

⁹ ibid 132-134

¹⁰ Angelika Hirsch & Ruth Wodak, *The discursive construction of national identity* (Edinburgh: Edinburgh Univ. Press, 2010). 18

¹¹ ibid. 25-26

medier i en viss mån är samhällets förlängda arm som tar sig in i vad hon benämner som 'intimsfären'. Medier konkurrerar med föräldrar och vänner när det kommer till att definiera verkligheten kring en människa, och således definiera vem denna människa är. Medier bidrar till perspektiv och dimensioner av världen och tvingar människan till att bilda uppfattningar om sådant hon annars kanske aldrig skulle stött på. Medier bidrar till människans identitet. Gripsrud menar att denna identitet under de senaste decennierna upprätthållits och förstärkts av att public service når de flesta invånarna med *gemensam* information och upplevelser.¹² Han refererar till Benedict Andersons forskning där han betonar mediernas historiska roll i konstruktionen av nationell identitet. Andersons forskning presenteras djupare i kapitel 2. *Tidigare forskning*.

SVT har sänt aprilskämt sedan åtminstone 1961.¹³ De senaste aprilskämtet från SVT:s håll är från 2019 och är endast kortare nyhetsartiklar. Idag sänder SVT inte längre aprilskämt, något som inte beror på ett tydligt direktiv eller beslut från ledningen, utan lokalredaktionerna har själva, vid olika tidpunkter, bestämt sig för att sluta.¹⁴ Rent kvantitativt är minskningen av antalet aprilskämt uppenbar, men även innehållsmässigt finns vissa skillnader – något som denna uppsats kommer att utforska djupare. Vad hände egentligen med aprilskämtet i public service och vad har det för betydelse för SVT:s roll i att forma nationell identitet?

Inom den svenska forskningssfären är detta ett ämne som i stora drag är helt utforskat. Det finns endast en studie om aprilskämt i svenska medier. Det är en B-uppsats från 2018, författad vid Karlstad universitet, som behandlar det klassiska skämtet *Nylonstrumpan* från 1962.¹⁵ Internationellt sett finns det ett fåtal studier på ämnet som presenteras vidare under kapitel 2. *Tidigare forskning*.

Med bakgrund av att det journalistiska forskningsfältet än inte avhandlat frågan om aprilskämt i SVT samt att aprilskämt som tradition försvinner från massmedier, ämnar denna uppsats att undersöka vilka omständigheter som förutsätter innehållet och existensen av aprilskämt genom historien, och hur det påverkar SVT:s roll att skapa nationell identitet.

¹² Jostein Gripsrud, *Mediekultur; mediesamhälle* (Göteborg: Daidalos, 2011). 19-21

¹³ Olle Björklund, *Oväntade Vasa-fynd*, 1/4 1961, SVT, <https://www.svtplay.se/video/8rLqBgd/aprilskamt/17-ovantade-vasa-fynd?info=visa> [accessed 2023-11-16].

¹⁴ Se bland annat Tomas Skoglund, "Krönika: Det här är inget skämt", *SVT Nyheter*, 1/4 2021, <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/varmland/det-har-ar-inget-skamt> [accessed 2023-11-22] och Maria Harning, "'April, april' – så här har SVT skämtat i Jämtland genom åren", *SVT Nyheter*, 1/4 2023, <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/jamtland/april-april-sa-har-har-vi-skamtat-genom-aren> [accessed 2023-10-30].

¹⁵ Jessica Olander, Hanna Fernström & Sandra Bornstedt, *April, april din dumma sill, har media lurat dig dit dom vill?: En kvalitativ textanalys av aprilskämtet Nylonstrumpan från 1962*, b-uppsats (Karlstad universitet: Fakulteten för samhällsvetenskap och humaniora: 2018).

Frågan om aprilskämt i SVT är i det stora hela en paradox. Å ena sidan är det en paradox att de som genom historien värdesatt saklighet mycket högt medvetet motsätter sig denna princip genom att sända påhittade nyheter. Å andra sidan är det förundransvärt att aprilskämt inte längre sänds då aprilskämt i samhället är en tradition som sträcker sig tillbaka hundratals år och som inkorporerats i SVTs arbete flera decennier.

Undersökningen görs genom en kvalitativ gestaltungsanalys och idé- och ideologianalys, där den första fokuserar på hur medieinnehåll skapas och presenteras genom att analysera faktorer inom nyhetsvärdering, och den andra på att identifiera och analysera specifika idéer i olika sorters texter.¹⁶ Att aprilskämt, speciellt i public service, inte ägnats mycket uppmärksamhet inom forskningssfären, samt dess roll ur ett medieetiskt perspektiv kontra public services roll i den nationella identiteten, bidrar till att denna uppsats går att betrakta som både inom- och utomvetenskapligt relevant.

1.1 Problemformulering

Aprilskämt är en gammal tradition, till vardags och i media, och kan bidra till samhörighet och nationell identitet hos publiken. Men i ett modernt medielandskap med sociala medier, icke-traditionella medieaktörer och fake news kan aprilskämt också bidra till vilseledning och misstro. Mediehusen, särskilt public service, har mycket makt att påverka allmänheten, i synnerhet då de har en stark relation till sin publik. På senare år har aprilskämten avtagit i SVT där ett flertal faktorer spelar in. Det ständigt föränderliga medielandskapet tvingar verksamheten till utveckling, men även styrdokument, såsom sändningstillstånd och pressetiska regler, påverkar public service på olika sätt.

1.2 Syfte

Med anledning att skapa en förståelse för SVT:s relation gentemot sin publik, samt relationen med makten att skapa nationell identitet, syftar uppsatsen för det första till att undersöka hur innehållet förändrats i SVT:s aprilskämt. För det andra syftar den till att analysera hur omständigheterna för SVT att sända aprilskämt har förändrats genom de dokument som reglerar SVT:s existens och utifrån det diskutera varför aprilskämten avtagit. Uppsatsen kan således främja debatt kring den makt som SVT besitter, som mediehus och som samhällsinstitution, och hur deras roll i den nationella identiteten utvecklats.

¹⁶ Mats Lindberg, "Qualitative Analysis of Idea and Ideological Content", in *Analyzing Text and Discourse: Eight approaches for the Social Sciences*, eds. Kristina Boréus & Göran Bergström (London: SAGE, 2017). 88

1.3 Frågeställningar

För att uppnå ovanstående syften kommer uppsatsen utgå från följande frågeställningar:

Hur har aprilskämten i SVT förändrats innehållsmässigt från 1997 till 2019?

Vilka omständigheter kan ses som förklaringsmodeller till att förändringen i aprilskämten har skett?

2. Tidigare forskning

I följande kapitel visas en överblick av den befintliga forskning som finns inom det område uppsatsen ämnar att utforska. Vidare beskrivs hur denna uppsats förhåller sig till forskningskontexten och hur den fyller en funktion genom behandla områden som inte tidigare forskats på. Först redogörs det för tre studier om aprilskämt som alla knyter an till varandra. Efter det beskrivs fyra studier om public service och dess roll i den nationella identiteten.

2.1 Aprilskämt i media

Liksom konstaterat i uppsatsens inledning är forskningen kring aprilskämt i media begränsad. Samtliga studier är i en internationell kontext, med ett övergripande fokus på den engelskspråkiga världen. Brzozowska och Chłopicki skriver i sin studie från 2020 om de utdöende aprilskämten, och pekar bland annat på ökningen av fake news och hemska nyheter som publiceras varje dag. Genom lingvistik utforskar de en del av ämnet genom att identifiera olika aspekter av nyheter som kan agera ledtrådar för läsare att texten befinner sig i en humorkontext. De undersöker fyra bisarra nyheter om kvinnor som konsumerat bestick. Tiden av publicering, samt innehållet, skulle kunna innebära att artiklarna är aprilskämt, men datumet varierar och det är således svårt att avgöra om de producerades för underhållning. De drar slutsatsen att många olika berättelser publiceras den första april, både de som är sanna och de som är påhittade för att lura läsarna. Men en liknande trend har utvecklats i vardagliga nyheter, där bisarra nyheter skrivs ut för att få uppmärksamhet och agera underhållning. Således kan mediernas trovärdighet vara tvivelaktigt året runt.¹⁷

Även Dearden och Baron gör en lingvistisk undersökning av aprilskämt och fake news. De förklarar att den huvudsakliga skillnaden mellan de två är intentioner där de som utför aprilskämt främst är ute efter att underhålla, inte bedra. De undersöker om skillnaden i intention påverkar de lingvistiska aspekterna med hypotesen att det leder till kunskap om vilket språk som används när en skribent författar en lögn som om den vore sann. De olika

¹⁷ Dorota Brzozowska & Władysław Chłopicki, "April Fools' day news — still funny?", *Media Linguistics* 7:2 (2020), doi:<https://doi.org/10.21638/spbu22.2020.203>.

aspekterna de utgår från i analysen är: vaghet, detalj, fantasi, bedrägeri, humor, formalitet och komplexitet. *Vaghet* handlar om att bluffartiklar kan ha färre detaljer och vara mer svävande just för att de är påhittade. *Detalj*-aspekterna är motsatsen till vaghet. Här undersöker de hur många egennamn, datum och så vidare som förekommer. *Fantasin* innebär jämförelse mellan informativa och påhittade texter. *Bedrägeri* handlar om negativa känslor, pronomen i första person och negationer. *Humor* är de aspekter som relaterar till positiva känslor, relationer, alliterationer osv. *Formalitet* handlar enkelt om att fånga olika element som visar på hur formella aprilskämtet är. *Komplexitet* berör strukturen i artikeln och inkluderar allt från lässvårighet, genomsnittlig meningslängd och användning av skiljetecken. I sin studie når de bland annat slutsatsen att aprilskämt kommer med en hög grad av formalitet vilket kan betyda att de fortfarande skrivs utefter samma journalistiska regelverk som de sanna artiklarna. Utöver det konstaterar de att aprilskämt oftast är mer intresserade av nutiden och framtiden än dåtiden. De har också färre detaljer och är mer vaga än sanningsenliga artiklar.¹⁸

Dessa olika aspekter tas i beaktning i uppsatsens diskussionskapitel för att jämföra resultatet i denna studie med den utförd av Dearden och Baron.

I sin artikel *Arbiters of Truth at Play: Media April Fools' Day Hoaxes* diskuterar Smith att traditionen med aprilskämt är ett sorts meta-beteende för journalister som kommenterar på de "epistemologiska spänningarna inneboende i deras yrke."¹⁹ Hon menar att det finns en diskurs kring mediebluffar som diskuterar, utvärderar och kommenterar aprilskämtet. Det handlar om mer än att bara ha kul eftersom dessa bluffar är kärnan av journalistisk etik. Även på första april finns det läsare som inte uppskattar att bli lurade och vissa mediehus ser inte det roliga i att deras anställda leker, och töjer på regler kring sanning och ärlighet. Hon gör en fallstudie på ett aprilskämt som sändes i New Hampshire Public Radio den första april 2008 som gick ut på att New Hampshire Forest Society hade lyckats odla perfekt kvadratisk träd på en hemlig plats. Både reportern och personen ansvarig för föreningen uttryckte en viss oro för att publicera det och funderade över *om* och *när* de skulle avslöja bluffen, samtidigt som de höll med varandra att anledningen till skämtet var att det var kul och en paus från det vardagliga arbetet. Slutligen identifierar hon och diskuterar tre olika strategier som mediebluffar i allmänhet, och trädskämtet i synnerhet, använder för att avslöja skämt. Den första handlar om att bygga upp orimligheten i texten. Oftast börjar det

¹⁸ Edward Dearden & Alistair Baron, "Fool's Errand: Looking at April Fools Hoaxes as Disinformation Through the Lens of Deception and Humour", *Lecture Notes in Computer Science* vol. 13451 (2023), doi:https://doi.org/10.1007/978-3-031-24337-0_32.

¹⁹ Moira Smith, "Arbiters of Truth at Play: Media April Fools' Day Hoaxes", *Folklore* 120:3 (2009), doi:<https://doi.org/10.1080/00155870903219714>. 275

trovärdigt för att sedan utvecklas till mer och mer befängt. Den andra är att man gör någon sorts referens till första april eller aprilskämt. Det kan bland annat vara att datumet 1/4 syns i bild, eller att ett namn är ett anagram av aprilskämt, exempelvis 'läkt prisma'. Den sista strategin handlar om att berätta att det är ett aprilskämt. Problemet med denna strategi, förklarar Smith, är att många tittare kan missa avslöjandet, oavsett om den kommer någon dag senare eller i slutet av inslaget. Likt Brzozowska och Chlopicki drar hon slutsatsen att fakta och fiktion inte är så lätta att skilja på som en kan tro. Humor är ett sätt att utforska alternativa verkligheter och oron att det kan orsaka spänningar inom fältet stryks lätt över med det tröstande påståendet att det endast är på skoj.²⁰

I uppsatsens diskussionskapitel sätts dessa strategier i perspektiv till de fem aprilskämt som undersöks i denna uppsats för att se *om* de använts och i sådana fall på *vilket* eller *vilka* sätt.

2.2 Public service roll för den nationella identiteten

Att public service spelar en roll för den nationella identiteten har påvisats av ett flertal studier. I denna avdelning presenteras ett urval av dem,²¹ samt Benedict Andersons forskning som ligger till grund för en stor del av forskningen på ämnet.

Den irländska statsvetaren Benedict Anderson utforskar i sin bok *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* hur nationer konstrueras och bildas och att dessa till viss nivå bygger på föreställningar. Han menar inte att de är påhittade, men att ett samhälle så stort att alla invånarna inte känner varandra måste till viss del bestå av föreställningar. Dessa föreställningar spås på av bland annat massmedier då de skapar en gemenskap i samhället. Anderson talar om medier i stort, speciellt de tryckta medierna, och inte specifikt public service. Dock är forskningen i boken värd att nämna i denna uppsats då den ligger till grund för andra studier som refereras till, däribland just public service roll för den nationella identiteten.

Anderson talar om nyhetstidningar och det näst intill ceremoniella i hur de konsumeras. För den moderna, sekulariserade, människan är tidningen som morgonbönen.

²⁰ Moira Smith, "Arbiters of Truth at Play: Media April Fools' Day Hoaxes", *Folklore* 120:3 (2009), doi:<https://doi.org/10.1080/00155870903219714>.

²¹ För vidare läsning se bland annat Hilde Van den Bulck, "Public service television and national identity as a project of modernity: the example of Flemish television", *Media, Culture & Society* 23:1 (2001), doi:<https://doi.org/10.1177/016344301023001003>; Julie Münter Lassen, "Nationalitetskonstruktion i dansk public service", *Nordisk kulturpolitisk tidskrift* 15:2 (2013), doi:<https://doi.org/10.18261/issn2000-8325-2012-02-08>; Prithvi Varatharajan, "John Forbes, the Australian Poet: Representations of National Identity in A Layered Event on ABC Radio National", *Adaptation* 9:1 (2015), doi:<https://doi.org/10.1093/adaptation/apu046>.

Den utförs i tyst ensamhet, i den heliga salen i huvudet. Samtidigt är varje människa medveten om att denna ceremoni utförs och repeteras av tusentals, eller miljontals, andra. Människan är säker på de andras existens, men har ingen aning om deras individuella identitet. Människan ser andra läsa kopior av samma tidning på tunnelbanan, på caféer eller bibliotek, och genom det tryckta ordet skapas en anknytning och ett sammanhang. Den här ceremonin upprepas flera gånger om dagen och Anderson ställer frågan vilken annan bild av en sekulariserad och föreställd gemenskap som är lika skarp som denna. Han menar även att medier, i dess tidiga skede, bidragit till att språk blivit en fast entitet i samhället, vilket i längden varit en central del för föreställningarna av en nation och upprätthållandet av denna.²²

Puijk argumenterar att i Norge har NRK hittat ett sätt att bygga och kommunicera nationell identitet genom så kallad "slow tv". Han förklarar att begreppet används för att beskriva tv som har en långsam takt där innehållet inte förändras snabbt, som lämnar tid för djup och diskussion, och som går emot mönstret att tv blir allt snabbare och bygger på en intensitet av känslor och reaktioner. Tittaren bjuds in för att se små förändringar av exempelvis ett landskap eller en fiskare eller personer som sticker. Sedan 2009 har NRK sänt minut-för-minut-tv, där publiken får se händelseförlopp i faktisk tid. Här visas olika delar av landet upp och en traditionell bild av den norska identiteten presenteras. En bild skapad ur 1800-talets nationalromantik med mycket landskap som fjordar och berg, men även folktrö och landsbygd. I sin studie analyserar Puijk utdrag från samtliga minut-för-minut-program från 2009-2021. Han menar att över tid har programmen täckt stora delar av landets yta. De uppmärksammar inte bara områden som alla känner till, utan också områden som tittarna inte har besökt men kan ha hört om och således är bekanta med. Programmen täcker också olika regioner, dialekter och språk i landet, och representerar därför Norge bortom centrum, bortom det som vanligtvis syns på tv.²³

I sin studie från 2019 om den taiwanesiska identiteten gör Filtera en liknande framställning. Han undersöker om identiteten främjas genom dokumentärer producerade av public service och vilka kulturella värderingar detta knyts an till. Genom en tematisk analys drar han slutsatsen att samtliga dokumentärer som undersökts har en stor uppskattning till öns rikedomar – allt från de olika människorna till den unika naturen. Även olika kulturella och religiösa ceremonier får ta stor plats. Producenterna har undvikit att lägga fokus på olika

²² Benedict Anderson, *Imagined communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* (London: Verso, 2006).

²³ Roel Puijk, "Television from the periphery – Slow television and national identity in Norway", *Communications* 1:1 (2023), doi:<https://doi.org/10.1515/commun-2022-0003>.

politiska kontroverser och argument i dokumentärerna, poängterar Fitera, vilket skapar ytterligare känsla av gemenskap.²⁴

Det har lyfts fram argument för den irländska public servicens roll i att främja och upprätthålla det irländska språket, och således den nationella identiteten, något som Watson diskuterar i en studie från 1996. Han lyfter fram politiska och språkliga utvecklingar i landet, och hur public service-kanalen Teilifís Na Gaeilge varit viktig för att etablera den irländska identiteten och kulturella särigheter.²⁵

2.3 Uppsatsens position i forskningskontexten

När det kommer till forskning om aprilskämt i media går endast de tre studier presenterade ovan att finna på ämnet, där två av dem har ett primärt fokus på lingvistik istället för den mediala eller journalistiska aspekten. Både Brzozowska och Chlopicki, och Dearden och Baron undersöker och jämför aprilskämt med fake news. De upptäcker många likheter i språkbruket, men Dearden och Baron identifierar även en del skillnader. Bland annat upptäcker de att aprilskämt innehåller en hög grad av formalitet, vilket de menar pekar på att de skrivs i samma journalistiska diskursiva miljö som vanliga nyheter, något som fabricerade nyheter inte gör.

Inga studier har gjorts om aprilskämt i svensk media. Således framförs ett starkt argument för en existerande kunskapslucka i forskningsfältet. Denna uppsats omfång möjliggör endast utforskningen av en begränsad andel av kunskapsluckan. Vikten av att undersöka aprilskämt i just public service knyter an till dess roll i att skapa en nationell identitet. Public services unika position i samhället, finansierad av medborgare och reglerad av staten, är ytterligare ett starkt argument till varför just denna delen av kunskapsluckan bör utforskas. Vidare är det intressant att notera att de studier som presenterats om public service och nationell identitet främst berör den del av nationell identitet som handlar om territorium. I denna studie betonas främst den del av nationell identitet som berör traditioner och kultur.

Med bakgrund av detta navigerar sig denna uppsats fram till frågeställningar och ett syfte att nå fördjupad kunskap om public services roll i samhället och den makt de besitter, samt att lysa upp en del av den lucka som finns i medieforskningen gällande aprilskämt genom att undersöka hur de förändrats över tid och varför aprilskämten avtagit.

²⁴ Jorge Milán Fitera, "Public service broadcasting in Taiwan: cultural issues and national identity conveyed in documentaries", *Church, Communication and Culture* 4:2 (2019), doi:<https://doi.org/10.1080/23753234.2019.1616577>.

²⁵ Iarfhlaith Watson, "The Irish Language and Television: National Identity, Preservation, Restoration and Minority Rights", *The British Journal of Sociology* 47:2 (1996), doi:<https://doi.org/10.2307/591726>.

3. Teori

I detta kapitel presenteras uppsatsens teoretiska underlag. För att svara på den första frågeställningen används gestaltningsteori tillsammans med Harcup och O'Neills teori om nyhetsvärden, vilka presenteras i 3.1 respektive 3.2. Teorierna används för att undersöka innehållet i aprilskämten. Vidare presenteras Ekström och Nohrstedts teori *reporterpraktikens kontext* om journalistisk handlingsetik och Treacys åtta principer för vad public service är. Dessa används för att svara på en andra forskningsfrågan om hur omständigheterna ser ut för SVT och hur de har förändrats.

3.1 Gestaltningsteori

Gestaltningsteorin är en av de mest framträdande teorierna inom medieforskning och handlar främst om att medier gestaltar delar av verkligheten på vissa sätt och på så sätt påverkar människors uppfattning av dessa delar av verkligheten. Gestaltningen sker genom de val som redaktionerna och journalisterna gör i sitt vardagliga arbete. Det kan exempelvis handla om val av ämne, berättarperspektiv, attribut, källor och ordval. Vissa val är medvetna, men en stor del kan också gå på rutin, det vill säga att valen följer av de slentrianmässiga arbetssätt som vanligtvis präglar nyhetsproduktioner. Dessa val framhäver specifika problemdefinitioner, anledningar, moraliska överväganden och förslag på åtgärder, något som förklaras vidare i 4.2 *Gestaltninganalys*.²⁶

Gestaltningsteorin handlar om mediernas innehåll och vad de representerar genom sitt innehåll. Medierna kan, genom att gestalta specifika saker på ett visst sätt, skapa och återskapa olika ideologiers sätt att betrakta verkligheten. Enligt gestaltningsteorin bör man därför inte se nyheter som en spegelbild av verkligheten utan som en gestaltning av verkligheten då journalister väljer vissa aspekter när de utformar sina artiklar och inslag. Man bör även uppmärksamma att det som är viktigt för människors bild av verkligheten inte är verkligheten i sig, utan nyheternas bilder av dem. Ju mer beroende personer är av medierna

²⁶ Jesper Strömbäck, *Makt, medier och samhälle : en introduktion till politisk kommunikation*, 2 ed. (Lund: Studentlitteratur, 2014). 113-115

för information, desto mer mottagliga är de för påverkan från dessa medier och dess gestaltningar.²⁷

3.2 Nyhetsvärden

För att undersöka vad nyheter är och vad bra nyheter är har det tagits fram flera olika listor på nyhetsvärden med faktorer som många nyheter innehåller och på så sätt empiriskt kan analyseras. Galtung och Ruge gjorde 1965 en inflytelserik studie där de listade de nyhetsvärden som var mest betydelsefulla för traditionella nyheter. Harcup och O'Neill har två gånger uppdaterat listan med nya relevanta nyhetsvärden som korresponderar med modern journalistik och det moderna medielandskapet. Den senaste versionen är från 2017 och innehåller 15 samtida nyhetsvärden. Potentiella nyheter måste innehålla minst en, men oftast flera nyhetsvärden för att publiceras.²⁸

- *Exklusivitet*²⁹ (exclusivity): Nyhetsorganisationen är den första som publicerar nyheten eller har själva skapat den.
- *Dåliga nyheter* (bad news): Nyheter med särskilt negativa undertoner, exempelvis död, skada eller nederlag.
- *Konflikt* (conflict): Nyheter som innehåller konflikter, exempelvis kontroverser, argumentationer, eller bråk.
- *Överraskning* (surprise): Nyheter som har inslag av överraskning, kontraster eller något särskilt ovanligt.
- *Audiovisuell* (audio-visuals): Nyheter med fängslande bilder, video eller ljud, eller som har informationsgrafik.
- *Delbarhet* (shareability): Nyheter som troligtvis kan generera delningar och kommentarer på sociala medier.
- *Underhållning* (entertainment): Mjuka nyheter som handlar om exempelvis nöjesbranschen, sport, djur eller som erbjuder möjligheter för komik.
- *Drama* (drama): Nyheter som rör eller avslöjar drama, exempelvis olyckor, räddningar, eller rättsfall.
- *Uppföljning* (follow-up): Nyheter om ämnen som redan tagits upp i media.

²⁷ Jesper Strömbäck, *Makt, medier och samhälle : en introduktion till politisk kommunikation*, 2 ed. (Lund: Studentlitteratur, 2014). 113-115

²⁸ Tony Harcup & Deirdre O'Neill, "What is News? News values revisited (again)", *Journalism Studies* 18:12 (2017), doi:<https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>.

²⁹ Nedanstående begrepp är fritt översatta från engelska. Originaltermen står inom parentes.

- *Makteliten* (the power elite): Nyheter som rör individer, organisationer eller företag med mycket makt.
- *Relevans* (relevance): Nyheter om grupper eller nationer som tros vara viktiga eller familjära för publiken.
- *Omfattning* (magnitude): Nyheter som uppfattas vara betydelsefulla för ett stort antal människor.
- *Kändis* (celebrity): Nyheter som rör personer som är kända.
- *Bra nyheter* (good news): Nyheter med särskilt positiva undertoner, exempelvis genombrott, vinster eller firande.
- *Nyhetsorganisationens agenda* (news organisation's agenda): Nyheter som passar nyhetsorganisationens egen agenda, exempelvis ideologiskt eller kommersiellt.

3.3 Reporterpraktikens kontext

Etiska teorier inom journalistik kan användas för att vägleda debatt och reflektera över och analysera journalistikens förutsättningar och dilemman, i stora sammanhang.³⁰ Inom pressetik eller journalistisk etik finns många olika teorier och synsätt. I journalistikforskning är det vanligt att diskutera etik som vad man borde göra, utan att diskutera praktik, vad som faktiskt görs. Ekström och Nohrstedt skiljer på att se etik inom journalistik som *ideal* eller som *handling*. Nyhetsjournalistikens *ideal* utgår från ideologier, vilket är sammanhängande system av värderingar och föreställningar. Det kan finnas flera olika ideologier gällande journalistiken och dess roll i samhället, exempelvis den frihetliga ideologin och den sociala ansvarsideologin. *Handlingsetik* kan ses som en tillämpning av *idealen* och syftar på vad som faktiskt görs på redaktionerna. Det kan finnas praxis på redaktionerna, vissa regler och rutiner som journalisterna förhåller sig till. Handlingsetiken är produkten av att *idealen* anpassats till de förutsättningar som råder i praktiken och kan därför variera sig mellan olika redaktioner och platser.³¹

Ekström och Nohrstedt presenterar *reporterpraktikens kontext*, i vilket det finns fyra olika omständigheter som hanterar etiska frågor vilka journalisten måste förhålla sig till vid varje rapportering. Dessa är *ideal*, *normer*, *villkor*, och *konsekvenser*.³² Det kan finnas en viss kritik i att använda en 20 år gammal bok för en teori som berör journalistik och det utvecklade medielandskapet då det skett stora förändringar de senaste decennierna. Ekström

³⁰ Mats Ekström & Stig Arne Nohrstedt, *Journalistikens etiska problem* (Stockholm, Prisma, 1996). 17

³¹ *ibid.* 16-19

³² *ibid.* 23-25

och Nohrstedt pekar endast på *typer* av omständigheter och vad de innebär, inte vad dessa ska innehålla. Det material som konstituerar omständigheterna är valt utifrån aktuella tidsramar och specificeras vidare i kapitel 5. *Material*.

Med *ideal* menas, som ovan beskrivet, ideologier, det vill säga uppfattningar som gäller generella värden som nyhetsjournalistiken bör sträva efter.³³ Integrerat i dessa ideologier finns etiska regler som yrkesutövarna förväntas anpassa sig till. Dessa etiska regler kan finnas formulerade i policydokument, exempelvis i *Spelregler för press, radio och TV*. Detta policydokument har successivt utvecklats av yrkessammanslutningar som organiserar journalister och på så sätt formar dessa *ideal*. Man kan se nyhetsjournalistiken som en profession där de gemensamma *idealen* håller samman professionen internt.³⁴

Med *normer* menas gemensamma förväntningar och föreställningar om vad som är värdefullt eller viktigt i vissa sociala miljöer. Normerna kan antingen gälla journalistik som yrke, eller vara begränsade till en specifik redaktionsmiljö. Normer kan till exempel handla om frågor kring rapportering, vad som borde bli nyheter eller hur mycket plats olika nyheter får ta. Normerna kan i stort sett ses som förpliktiggande tillämpningsregler.³⁵

Med *villkor* menas de förutsättningar reportern har på sin arbetsplats för ett specifikt uppdrag. Det kan exempelvis handla om tidsramar, resurser eller arbetsfördelning. Villkor kan också handla om de strukturella och gemensamma villkor som gäller på en viss redaktion eller för alla som jobbar med en viss typ av nyhetsmedier. Journalister jobbar inom ramen för sociala organisationer, institutioner och strukturer som både kan begränsa och möjliggöra olika handlanden utifrån exempelvis ekonomiska förutsättningar och organisering.³⁶

Med *konsekvenser* menas de individer och de politiska eller ekonomiska processer som kan påverkas av nyhetsjournalistiken och dess val.³⁷ Gällande konsekvenser finns flera etiska aspekter inom journalistiken, exempelvis konsekvensneutralitet och pliktetik. Ekström och Nohrstedt ser nyhetsjournalistiken som en kommunikativ praktik vilken bör förstås ur ett kommunikativt perspektiv. I möten med andra människor blir journalisten ansvarig för sina handlingar och måste kunna rättfärdiga dem. Journalistikens ansvar kan å ena sidan ses som begränsad till att avslöja sanningar och att journalisten inte behöver ställas till svars för de konsekvenser som är följden av dess handlingar. Å andra sidan kan journalistens ansvar ses som något större, att journalistens närvaro och delaktighet borde synliggöras och bevakas.³⁸

³³ Mats Ekström & Stig Arne Nohrstedt, *Journalistikens etiska problem* (Stockholm, Prisma, 1996). 17

³⁴ *ibid.* 42

³⁵ *ibid.* 24

³⁶ *ibid.* 24-29

³⁷ *ibid.* 24

³⁸ *ibid.* 50-51

3.4 Principer inom public service

I public service förvärvas pengar för att producera program, jämfört med kommersiella medier där program produceras för att förvärva pengar. Detta skapar skillnader gällande grundläggande principer, det vill säga de filosofiska antaganden som nyhetssändningarna är byggda på. Dessa principer är kärnan som bildar och formar journalistik, som guidar dess utförande och som hävdar dess potentiella värde. Public service är en struktur byggd på en föreställning om att den kan och måste användas för att fostra och bistå samhället bättre än vad dess kommersiella konkurrenter kan.³⁹ Treacy presenterar åtta principer som definierar vad public service handlar om och bör utgå ifrån:

1. *Allmängiltig tillgänglighet*⁴⁰

Principen innebär att ingen invånare ska berövas från sin rättighet att ta del av public service-sändningar på grund av geografi. Den går inte ut på att maximera antalet kunder utan att tjäna invånarna i en demokrati. Principen är en uppmaning att public service ska definiera sin publik som invånarna i ett land och måste därför logiskt sett kunna nå ut till dem alla.⁴¹

2. *Allmängiltig värdjan*

Public service bör sträva efter att ha program som tillgodoser de många olika åsikter och intressen som ett samhälle består av, samtidigt som den inte kan förutsätta att de lyckas tillfredsställa alla människor hela tiden. Men välproducerade program kan tillfredsställa många människor ofta, och alla människor ibland. I den här principen är det en viktig del att public service även tillgodoser de åsikter och intressen som är passiva eller underliggande, och inte bara de som är uppenbara utan borde öppna upp för nya intressen och potentialer.⁴²

3. *Tillhandahållande för minoriteter*

Personer med olika etniciteter, olika språkgrupper, och olika religioner har alla behov att kunna uttrycka sig i de politiska och sociala samtalen i landet. Public service måste i den här aspekten hänge sig till en dubbel roll – dels att ge tillträde till dessa grupper, det vill säga att förse dem med möjligheten att prata med varandra och att uttrycka sina problem, dels att bevaka deras historier, intressen, och svårigheter för allmänheten i stort.⁴³

4. *Bistå den offentliga sfären*

Public service bör erkänna att de har en speciell relation till att skapa en känsla av nationell identitet och gemenskap hos sin publik. Även om ett land är en sammansättning av orter och

³⁹ Michael Tracey, *The decline and fall of public service broadcasting* (Oxford ; New York: Oxford University Press, 1998). 18

⁴⁰ Principerna är fritt översatta från engelska.

⁴¹ *ibid.* 26

⁴² *ibid.* 26-27

⁴³ *ibid.* 27-28

regioner, är det också en *nation*, heterogen och homogen på samma gång. Public service ska tala *till* invånarna och *för* invånarna för att vårda den offentliga sfären som ett sätt att gagna allmännyttan. I det civila samhället ägnar sig individen åt sina egna privata intressen, samtidigt som han eller hon i den offentliga sfären fungerar som medborgare. Det är en fundamental princip att public service ska motivera tittarna att vara medborgare med rättigheter och skyldigheter.⁴⁴

5. *Engagemang i utbildningen av allmänheten*

Politisk, litterär och social kunskap är en väsentlig förutsättning för en hälsosam demokrati. Tillhandahållandet av utbildning av samhället på flera olika nivåer är ett viktigt åtagande för public service. Den här principen kräver att public service behandlar publiken som mogna och rationella personer som är kapabla att lära sig och utvecklas på olika sätt.⁴⁵

6. *Distansering till alla typer av egenintresse*

Public service olika program kan bäst tjäna allmänheten när de produceras inifrån en oberoende struktur. Program som finansieras av reklam kommer alltid på ett eller annat sätt vara påverkade av viljan att maximera antalet konsumenter. I programskapandet av public service ska det inte finnas några underliggande motiv eller förpliktelser, så att självständighet snarare uppmuntras än förnekas.⁴⁶

7. *Konkurrensen avser kvalitet snarare än antal tittare*

Den här principen innefattar framför allt engagemang för att göra program av hög kvalitet, oavsett vilken den tilltänkta publiken är. Eftersom finansieringen kommer från staten och inte kommersiella källor ska fokuset ligga på kvalitet, snarare än antal tittare.⁴⁷

8. *Reglerna för sändningen ska befria programskaparen, snarare än begränsa*

Även om all public service oundvikligen styrs av särskilda anvisningar och särskilda restriktioner, borde essensen av lagstiftningen upprätthålla en liberal tillämpning för programskaparen. Lagstiftningen bör skapa en säker arena för journalister med särskilda intressen att skapa olika program för olika publikgrupper. De högre lagstiftande nivåerna bör även förstå potentialen och betydelsen av kreativt skapande. En del av denna förståelse är behovet av experimenterande och innovation samt erkännandet att även om misstag görs är dessa betydelsefulla för systemets sundhet.⁴⁸

⁴⁴ Michael Tracey, *The decline and fall of public service broadcasting* (Oxford ; New York: Oxford University Press, 1998). 28-30

⁴⁵ *ibid.*

⁴⁶ *ibid.* 30-31

⁴⁷ *ibid.*

⁴⁸ *ibid.*

4. Metod

Kvalitativ textanalys används genomgående genom hela analysen och beskrivs övergripande under 4.1. För att besvara uppsatsens frågeställningar görs en beskrivande, kvalitativ *gestaltungsanalys* samt en *idé- och ideologianalys* på materialet som redogörs i 4.2 respektive 4.3. Robert M. Entmans modell för gestaltungsanalys är ett tillvägagångssätt för att kartlägga vad som sägs och hur det sägs. Det handlar inte bara om positiva eller negativa konnotationer, utan också hur mycket plats olika element tillåts att ta och vilka kulturella aspekter de anspelar på.⁴⁹ Denna används för att besvara uppsatsens första frågeställning. Vidare används Mats Lindbergs modell av idé- och ideologianalys för att besvara uppsatsens andra frågeställning. Den kartlägger underliggande strukturer som formar idéer och ideologier genom att identifiera olika dimensioner i texten.⁵⁰ I kapitlets fjärde avdelning förs diskussion kring de metoder som används i uppsatsen. 4.5 berör det urval av material som gjorts. I avdelning 4.6 klargörs studiens reliabilitet och avslutningsvis förs en kort diskussion om forskningsetik i 4.7.

4.1 Kvalitativ textanalys

Kvalitativ metod kan beskrivas som att ta reda på hur människor konstruerar sin världsbild och sina relationer, och skapar mening i tillvaron. Eller som innebörder, som hur olika slags aktörer påverkar de nätverk de ingår i. Kvalitativ metod kan visa på komplexitet och nyansrikedom i olika orsakssamband.⁵¹ I uppsatsen tolkas fem av SVT:s aprilskämt och omständigheterna för aprilskämtens inom ramen för de valda teorierna. I kvalitativ metod tolkas innehåll för att bidra till en mer generell förståelse av ett fenomen och på så sätt utöka uppfattningen av fenomenet för andra som är intresserade.⁵² Att göra kvalitativa studier av nyheter är väsentligt för att skapa förståelse inom journalistiken som yrke och som forskningsämne. Till skillnad från det kvantitativa kan den kvalitativa aspekten bidra till att

⁴⁹ Robert M. Entman, "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication* 43:4 (1993), doi:<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>. 57

⁵⁰ *ibid.* 119

⁵¹ Johan Alvehus, *Skriya uppsats med kvalitativ metod*, 3 ed. (Stockholm: Liber AB, 2023). 20-21

⁵² *ibid.* 22-23

nyansera hur journalistiken kommunicerar information.⁵³ Syftet med en kvalitativ analys av just idéer inom media är att identifiera och tolka hur specifika idéer formar de kulturella, sociala och politiska diskurser som finns i samhället.⁵⁴

4.2 Gestaltungsanalys

Valet av metod för den första delen av analysen har gjorts utifrån den del av uppsatsens syfte som är att förstå aprilskämtens innehållsmässiga utveckling. En gestaltungsanalys är ett sätt att beskriva makten i en text. En sådan analys kan belysa på vilket sätt inflytande över mänskligt medvetande utövas genom olika sorters kommunikation.⁵⁵

Denna uppsats utgår från Entmans förståelse om gestaltning. I en vetenskaplig artikel från 1993 skriver han att konceptet gestaltning länge använts inom olika fält, men på ett väldigt avslappnat sätt, vilket riskerar att förståelsen av ordet varierar mellan skribent och läsare. I sin artikel försöker han identifiera olika gemensamma, explicita tendenser mellan de olika användningsområden för gestaltning, för att sedan uppnå en klar och universell förståelse av begreppet.⁵⁶

Entman förklarar att gestaltning utgår från två praktiker – *urval*⁵⁷ (selection) och *synlighet* (salience). Att gestalta någonting i en text är att göra ett *urval* av vissa aspekter av en verklighet och göra dem mer *synliga* i sin kommunikation. Att göra någonting mer synligt definieras som att göra viss information mer noterbar, betydelsefull eller minnesvärd för publiken. Texter kan göra någonting mer synligt bland annat genom upprepning eller att associera till kulturella värderingar eller företeelser.⁵⁸

Gestaltningar har i sin tur fyra olika funktioner. Den första handlar om att *definiera problem* (define problems). Här bestäms vad en specifik aktör gör med vilka för- och nackdelar, vilka mäts utifrån gemensamma kulturella värderingar. Den andra är att *identifiera anledningar* (diagnose causes). Det vill säga vad det är som skapar problemet. Vidare kan gestaltningar visa på *moraliska överväganden* (make moral judgments) där aktörens moral träder fram. Slutligen kan de *föreslå åtgärder* (suggest remedies). Här kan gestaltningar erbjuda olika ingripanden för problemen och förutspå troliga konsekvenser. Entman förklarar

⁵³ Stephen Cushion, *The Democratic Value of News* (Bloomsbury Publishing, 2017). 61

⁵⁴ Mats Lindberg, "Qualitative Analysis of Idea and Ideological Content", in *Analyzing Text and Discourse: Eight approaches for the Social Sciences*, eds. Kristina Boréus & Göran Bergström (London: SAGE, 2017). 88

⁵⁵ Robert M. Entman, "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication* 43:4 (1993), doi:<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>. 51

⁵⁶ *ibid.* 51-52

⁵⁷ Kursiverade begrepp som används är fritt översatta från engelska. Originaltermen står inom parantes.

⁵⁸ *ibid.* 53

att enstaka meningar kan utföra en eller flera funktioner, medan många meningar i en text inte utför någon. En gestaltning i en text behöver inte inkludera alla fyra funktioner.⁵⁹

I denna uppsats identifieras gestaltningsanalysens olika funktioner utifrån teorin om nyhetsvärden för att kunna besvara den första frågeställningen. Resultatet av den analysen kommer sedan användas för att besvara uppsatsens andra frågeställning.

4.3 Idé- och ideologianalys

För att besvara uppsatsens andra frågeställning görs en beskrivande, kvalitativ *idé- och ideologianalys* på materialet. I denna avdelning redogörs det för metoden utifrån Mats Lindbergs modell.⁶⁰

Valet av metod har gjorts utifrån uppsatsens syfte som är att undersöka hur omständigheterna för SVT att sända aprilskämt har förändrats. Det system av idéer, eller den ideologi, som konstruerar regleringar och normer, vilka ses som omständigheter för att sända medieinnehåll, studeras således lättast med hjälp av den metod utformad för just det ändamålet – en idé- och ideologianalys.⁶¹

Lindberg menar att idéer är *handlingsdrivande tankar*. De kan handla om allt från traditioner, till reklam, till debatter om sjukvård och stadsplanering. I grunden visar all kommunikation, information eller konversation på olika sorters handlingsdrivande tankar, eller idéer. Beroende på tillfälle och sammanhang kan dessa idéer ta olika form när det kommer till bland annat retorisk stil, ordförråd och meningsbyggnad.⁶² Trots det har alla idéer en likadan komposition av tre olika dimensioner.⁶³ Dessa är värdeomdömen, verklighetsomdömen och handlingsföreskrifter.⁶⁴

*Värdeomdömen*⁶⁵ (*Value – V*) är tankar om hur världen *bör* vara. Det kan röra sig om ideal, mål och olika preferenser. *Verklighetsomdömen* (*Descriptive – D*) definieras som beskrivningar om hur saker *är*. Analyser av situationer, förklaringar och beskrivningar är alla

⁵⁹ Robert M. Entman, "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication* 43:4 (1993), doi:<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>. 52

⁶⁰ Mats Lindberg, "Qualitative Analysis of Idea and Ideological Content", in *Analyzing Text and Discourse: Eight approaches for the Social Sciences*, eds. Kristina Boréus & Göran Bergström (London: SAGE, 2017).

⁶¹ Göran Bergström & Per-Anders Svärd, "Idé- och ideologianalys", in *Textens mening och makt: Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*, eds. Kristina Boréus & Göran Bergström (Lund: Studentlitteratur, 2018). 138

⁶² Mats Lindberg, "Qualitative Analysis of Idea and Ideological Content", in *Analyzing Text and Discourse: Eight approaches for the Social Sciences*, eds. Kristina Boréus & Göran Bergström (London: SAGE, 2017). 87

⁶³ *ibid.* 88

⁶⁴ Göran Bergström & Per-Anders Svärd, "Idé- och ideologianalys", in *Textens mening och makt: Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*, eds. Kristina Boréus & Göran Bergström (Lund: Studentlitteratur, 2018). 133-134

⁶⁵ Bergström och Svärds översättning. Lindbergs originalterm inom parantes.

typer av verklighetsomdömen. Slutligen är *handlingsföreskrifter* (*Prescriptive – P*) de tankar vilka dikterar vad man faktiskt ska *göra* i olika situationer. Här handlar det om olika sorters regler och normer.⁶⁶ Dessa olika dimensioner kan inte själva konstituera handlingsdrivande tankar utan behöver kombineras. Lindberg ger ett exempel om en förening som jobbar för hemlösa katter. De kan ha vissa värdeomdömen kring djur som lider och verklighetsomdömen kring hur situationen för hemlösa katter ser ut. Dessa kan i kombination bygga upp en handlingsföreskrift som skulle kunna vara “Ta hand om hemlösa katter!”. Här byggs en så kallad V-D-P-triad upp, där de två argumenterade dimensionerna V och D logiskt leder fram till handlandet – P.⁶⁷

Vidare finns det tre huvudsakliga syften för en idéanalys. De kan vara förklarande, idékritiska eller beskrivande. *Förklarande* idéanalyser spårar orsaker och konsekvenser till idéer från ett bredare perspektiv. Fokuset ligger snarare på idéernas uppkomst och följer än det faktiska innehållet. De *idékritiska* idéanalyserna tar ställning till de idéer som undersökts. Är de logiska? Är de värdeomdömen som förekommer försvarbara? Det syfte denna uppsats har, den *beskrivande* idéanalysen, kan bland annat uppmärksamma motsägelser i en text eller visa budskap som vid första anblick inte är urskiljbara. Det är också möjligt att göra jämförelser mellan olika idéer och olika tidpunkter. Här kan man visa om idéer har förändrats och vilka likheter och skillnader som finns.⁶⁸ Lindberg menar att den här typen av idéanalys fokuserar på det ideologiska innehållet hos en specifik aktör och kan således vara diakronisk, det vill säga primärt intressera sig för hur någonting har utvecklats över tid. Studier med det fokuset kan ibland nöja sig med att beskriva förändringen som intressant i sig och inte sträva efter att identifiera kausala mekanismer för dessa förändringar.⁶⁹

4.4 Metoddiskussion

Kvalitativa analyser bygger på olika personers tolkningar av ett material, vilket innebär att det alltid görs subjektiva uppfattningar om vad en text säger. Subjektiviteten beror på faktorer som frågans karaktär, valet av tolkningsperspektiv och avståndet mellan texten och forskaren.⁷⁰ För att analysen i den här uppsatsen ska bli så neutral som möjligt har noggrann

⁶⁶ Mats Lindberg, "Qualitative Analysis of Idea and Ideological Content", in *Analyzing Text and Discourse: Eight approaches for the Social Sciences*, eds. Kristina Boréus & Göran Bergström (London: SAGE, 2017). 92

⁶⁷ *ibid.*

⁶⁸ Göran Bergström & Per-Anders Svärd, "Idé- och ideologianalys", in *Textens mening och makt: Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*, eds. Kristina Boréus & Göran Bergström (Lund: Studentlitteratur, 2018). 141-143

⁶⁹ Mats Lindberg, "Qualitative Analysis of Idea and Ideological Content", in *Analyzing Text and Discourse: Eight approaches for the Social Sciences*, eds. Kristina Boréus & Göran Bergström (London: SAGE, 2017). 95

⁷⁰ Peter Esaiasson, Mikael Gilljam, Henrik Oscarsson, Ann Towns & Lena Wängnerud, *Metodpraktikan : konsten att studera samhälle, individ och marknad*, 5 ed. (Stockholm: Wolters Kluwer, 2017). 226-229

läsning av materialet gjorts och tolkningen har varit så generös som möjligt. Dessutom byggs analysen bara på det som har presenterats tidigare. När man analyserar empiriskt material och delar in det i olika teman är det lätt att man tonar ner motsägelser och paradoxer som empirin innehåller. Man kan missa att olika teman kan stå emot varandra eller att materialet säger emot tematiseringen. Med en teoretisk utgångspunkt är det vanligt att man drar grova förenklingar och förklarar allt ur teorin, vilket kan göra att uppsatsen blir ensidig. För att undvika detta ska man som författare försöka vara empiriskt nyanserad och representera hela sitt empiriska material i analysen.⁷¹ Något som den här uppsatsen gör genom att empirisk komplexitet och paradoxer tas upp i analysen.

Att använda gestaltungsmetod inom medieforskning är ett effektivt sätt analysera innehållet i medier för att förstå effekterna av masskommunikation och undersöka underliggande antaganden eller agendor. Identifieringen av gestaltningar i nyhetstexten görs subjektivt av varje enskild forskare och kan på så sätt bli godtyckliga uppfattningar av vad begreppen betyder. Detta på grund av att gestaltningsteorin tolkats av flera forskare och på så sätt finns det inte en bestämd uppsättning gestaltningar eller tolkningar av begreppen.⁷² I den här uppsatsen används Entmans tolkning, som ses som inflytelserik och är idag en av de mest citerade definitionerna.⁷³ Vidare har det riktats kritik mot att medieforskning med gestaltungsmetod ibland ignorerar kontexten, det vill säga relationen mellan gestaltningarna och bredare frågor om politisk och social makt. Anledningen till detta är också brister i bestämda tolkningar av begreppen.⁷⁴

En fördel med idé- och ideologianalysen är att den kan befinna sig på flera olika nivåer av en abstraktionsstege och kan ta olika värden i beaktande, men det kan vara svårt att få med allt av intresse och den kan således förenkla materialet.⁷⁵ Texten som analyseras säger själv inte allt som är av vikt och ideologier kan inte enbart analyseras med hjälp av den.⁷⁶ Därför kompletteras texten, i den här uppsatsen, med olika dokument för att ställas i relation till den sociala praktik som ligger utanför. Det är även värt att nämna att en *beskrivande*

⁷¹ Johan Alvehus, *Skriva uppsats med kvalitativ metod : en handbok*, 2 ed. (Stockholm: Liber, 2019). 117-118

⁷² James W. Tankard, "The Empirical Approach to the Study of Media Framing", in *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*, eds. Stephen D Reese, Oscar H Gandy & August E Grant (New York: Routledge, 2001). 96-99

⁷³ Michael Karlsson & Jesper Strömbäck, *Handbok i journalistikforskning*, 2 ed. (Lund: Studentlitteratur AB, 2019). 342-343

⁷⁴ Kevin M. Carragee, "The Neglect of Power in Recent Framing Research", *Journal of Communication* 54:2 (2004), doi:<https://doi.org/10.1093/joc/54.2.214>.

⁷⁵ Göran Bergström & Per-Anders Svärd, "Idé- och ideologianalys", in *Textens mening och makt: Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*, eds. Kristina Boréus & Göran Bergström (Lund: Studentlitteratur, 2018). 165

⁷⁶ *ibid.* 167

idéanalys i viss mån innehåller en tolkning av materialet.⁷⁷ Det är därför omöjligt att denna beskrivning av innehållet är helt neutral och är således ingenting som uppsatsen syftar till att uppfylla. Istället bidrar denna uppsats med en analys för att förstå texten ur ett nytt perspektiv och identifiera förändringar i idéer hos SVT när det kommer till omständigheterna kring aprilskämt.

4.5 Urval

Motiveringen till att analysera just SVT:s aprilskämt och dess omständigheter grundar sig i att SVT är ett av de tre medieföretag som faller inom ramen för public service i Sverige. SVT är även det medieföretag inom public service som når ut till flest personer, med en räckvidd på ca 85 procent av Sveriges befolkning⁷⁸ jämfört med SR som har en räckvidd på ca 47 procent av Sveriges befolkning.⁷⁹ Dessutom har SVT gjort aprilskämt under många år och flera av dem är kända och ihågkomna bland många svenskar.

De fem valda aprilskämten motiveras av flera olika faktorer. Alla skämt har publicerats av lokalredaktioner på SVT med någorlunda lika stora bevakningsområden och tiden mellan de fem nedslagen är ungefär lika lång, runt fem år. Att ha fem års mellanrum mellan nedslagen motiveras av att det är tillräckligt lång tid för att omständigheterna kan ha förändrats och att det på så sätt kan analyseras utifrån dokumenten.

Tidsspännat mellan nyheterna grundar sig även i förändringar i medielandskapet. 1997 var internet fortfarande någorlunda nytt och endast tio procent av Sveriges befolkning hade tillgång till internet i hemmet. 2005 hade internetanvändningen ökat något, men användningen av sociala medier var liten. 2009 fanns de flesta av de sociala medier som används idag och andelen som hade internet i hemmet hade ökat till 85 procent. 2015 var användningen av sociala medier nästan lika stor som den är idag och 91 procent av befolkningen använde internet. 2019 ökade dessa siffror ytterligare.⁸⁰

⁷⁷ Göran Bergström & Per-Anders Svärd, "Idé- och ideologianalys", in *Textens mening och makt: Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*, eds. Kristina Boréus & Göran Bergström (Lund: Studentlitteratur, 2018). 140

⁷⁸ SVT, *Sveriges Televisions public service-redovisning 2022* (2023), https://omoss.svt.se/download/18.5c04d9141869c826261787/1677669102421/public_serviceredovisning_2022.pdf [accessed 2023-10-30].

⁷⁹ Kantar Sifo, *LYSSNARSIFFROR RADIO*, 2023, <https://www.kantarsifo.se/rapporter-undersokningar/radioundersokningar/lyssnarsiffror-radio-ppm> [accessed 2023-10-30].

⁸⁰ Svenskarna och internet, *Internetutveckling och uppkoppling*, 2020, <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/digitalt-utanforskap-2020/internetutveckling-och-uppkoppling/#internetaanvandande> [accessed 2023-12-03].

I kvalitativ forskning kan man analysera ett eller några få specifika fall där liknande fall återkommer i flera olika slags sammanhang för att undersöka betydelsen av detta i en större kontext.⁸¹ I den här uppsatsen avser detta andra aprilskämt som gjorts av SVT eller annat public service företag, i närliggande tid, och i viss mån även aprilskämt som gjorts av nyhetsmedier som ligger utanför ramarna för public service men som har en liknande roll i samhället.

Avslutningsvis är det värt att nämna att vid urvalet är målet att uppnå empirisk mättnad och undersöka så pass mycket material att urvalet tillgodoser forskningsfrågorna.⁸² De slutsatser som dras utifrån innehållsanalysen av aprilskämten hade kunnat göras med mer säkerhet och generaliseringsmöjligheter om materialet bestått av fler aprilskämt än fem. På grund av uppsatsens omfång och tidsramar har detta ej varit en möjlighet. Dock ger de fem utvalda aprilskämten en grund att stå på, i ett tidigare utforskat forskningsfält, där de slutsatser som dras är av stort intresse för vidare forskning.

4.6 Studiens reliabilitet

I avdelningen nedan förs ett resonemang kring studiens kvalitet där förklaring läggs fram för två specifika beslut. Dessa är att använda teorin om public service principer under kriteriet *normer* i analysen och att en del slutsatser dras i analysens första avdelning för att kunna leda vidare till den andra. Det är två aspekter som berör studiens reliabilitet, det vill säga om resultaten i denna uppsats är upprepningsbara. Om någon annan kan göra undersökningen och komma fram till samma resultat har uppsatsen hög reliabilitet, hög pålitlighet. Alvehus skriver i sin bok *Skriva uppsats med kvalitativ metod* att reliabilitet är ett begrepp som är svårt att applicera på kvalitativa studier då de ofta utgår från tolkningsprocesser där delar av verkligheten väljs ut för analys. Här blir kravet på upprepningsbarhet svårt då forskaren själv är en del av den undersökande processen.⁸³ Trots det bör de två besluten ses som något vilket påverkar just uppsatsens reliabilitet då båda är något okonventionella i uppsatssammanhang.

Att använda Treacys principer om public service som *normer* i analysen försvaras genom att många av dessa principer återfinns i SVT:s olika public service-redovisningar genom åren. De nämns ofta i sammanhang kring det som SVT *bör* uppnå, vilket ger en normativ aspekt av deras roll i samhället. Dessa principer pekar på en teoretisk målbild om vilken roll public service ska inta, något som SVT själva har inkorporerat i sina

⁸¹ Johan Alvehus, *Skriva uppsats med kvalitativ metod*, 3 ed. (Stockholm: Liber AB, 2023). 105

⁸² Johan Alvehus, *Skriva uppsats med kvalitativ metod : en handbok*, 2 ed. (Stockholm: Liber, 2019).73-74

⁸³ *ibid.* 126

arbetsmetoder. Till skillnad från de andra omständigheterna i analysen är detta konstant då SVT alltid bör sträva mot denna målbild. Därför kommer denna aspekt ställas mot de andra, det vill säga hur public services normativa roll i samhället ställer sig mot de föränderliga aspekterna. Nog kan individuella redaktionella normer förändras över tid, men denna uppsats strävar mot en högre abstraktionsnivå där den teoretiska nivån bör ses som mest attraktiv.

Den andra aspekten värd att poängtera är att slutsatser i viss mån dras i det sista avsnittet av analysens första avdelning *6.1.6 Aprilskämtens utveckling*. Att detta görs är en nödvändighet för att den andra delen av analysen *ska* kunna genomföras. Utvecklingen måste konkretiseras utifrån teori och metod för att identifiera förklaringsmodeller till detta.

4.7 Forskningsetik

För ytterligare reflektion över uppsatsens existens inom forskningsfältet följer en kort avdelning om forskningsetik. Vetenskapsrådet menar att forskningsetik handlar om legitima överväganden mellan olika intressen och forskarens relation till studien. Det rör bland annat risken för skada på miljö, djur eller människor och hantering av olika sorters material. Det finns fyra principer tänkta att ge forskaren vägledning i olika problem som kan uppstå under arbetets gång. Dessa är *tillförlitlighet*, *ärlighet*, *respekt* och *ansvar*.⁸⁴

Principen om *tillförlitlighet* handlar om forskningens kvalitet och att denna bör göras tydlig i allt från metod till analys och användandet av material. I avdelning 4.4 till 4.6 har genomgång av forskningens kvalitet gjorts och kritik mot de beslut som tagits under skrivandets gång.

Ärlighet berör att forskningen framställs på ett öppet, fullständigt och objektivt sätt. Detta genomsyrar varje kapitel i uppsatsen där allting redovisas för. Vidare bör det också ses som ärlighet att majoriteten av materialet finns som bilagor. Anledningen till detta är genomsynlighet då allt material inte finns öppet för allmänheten. Vissa av aprilskämtens har behövts beställas från Svensk mediedatabas, sändningstillstånden har tillhandahållits genom kontakt med Kulturdepartementet och pressreglerna finns i samlingen på Universitetsbiblioteket i Lund.

När det kommer till *respekt* använder uppsatsen ett vetenskapligt språk med en god ton. Resonemang som läggs fram bygger på den analys som gjorts eller tidigare forskning.

Författarna till uppsatsen tar fullt *ansvar* för studiens idéer och dess konsekvenser.

⁸⁴ Vetenskapsrådet, *Etik i forskningen*, 2018, <https://www.vr.se/uppdrag/etik/etik-i-forskningen.html> [accessed 2023-12-15].

5. Material

I följande kapitel presenteras uppsatsens material. Detta görs i två olika avdelningar där 5.1 innehåller de fem aprilskämt som analyseras. I 5.2 finns de olika regler, policys och sändningstillstånd som reglerar SVT:s roll i samhället.

5.1 Aprilskämt

Som uppsatsens analytiska underlag har fem aprilskämt valts ut. De sträcker sig från 1997 till 2019 och samtliga har sänts av SVT:s lokalredaktioner. Aprilskämten analyseras i två olika delar för att undersöka hur aprilskämt i SVT har förändrats och vad som kan vara anledningen till detta. Nedan beskrivs aprilskämten kort i kronologisk ordning. För vidare detaljer finns de transkriberade i bilagor 9 till och med 13.

1997 sände SVT ett tre och en halv minuters långt inslag i Smålandsnytt om att en av Ölandsbrons betongpelare hade rasat samman. Bil- och båttrafik behövde stoppas tills vidare, berättar en polis. En bilist som var på bron intervjuas och en expert förklarar fysiken bakom kollapsen. Under 90-talet hade det varit problem med betongen som Ölandsbrons pelare är byggda av.⁸⁵ Skämtet dementerades i Rapports kvällssändning samma dag.

2005 sände Värmlandsnytt ett två och ett halvt minuters långt inslag om att det skulle byggas en operabåt som skulle köra runt i Väneren. En arkitektävling hade skapats för att hitta rätt arkitekt till båten och att en känd Karlstadsbo var beredd att satsa kapital i projektet. Vänerhamns VD berättar hur projektet ska genomföras.

2009 sände Gävledala ett tre minuters långt inslag om att SVT slutat sända aprilskämt på grund av att det kan ge tittarna psykiska problem. En beteendeforskare berättar hur människor blir besvikna av lögnen och statistik tas fram på hur många personer som upplevt negativa effekter av aprilskämt i media. Dagen efter publicerades en kort notis på hemsidan om att SVT visst fick ljuga.

2015 sände Sydnytt ett en minut långt inslag, samt publicerade en kort artikel, om att Den lille havfrue i Köpenhamn skulle flyttas till Malmö på grund av vandalisering. En person

⁸⁵ Johan Svensson, "Nu ska Ölandsbron renoveras – igen", *SVT Nyheter*, 26/9 2014, <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/smaland/nu-ska-olandsbron-renoveras-igen> [accessed 2023-11-06].

på Köpenhamns hamnkontor och en person på Malmö förskönings- och planteringsförening intervjuas om flytten. På kvällen samma dag publicerades en artikel om att detta var ett aprilskämt där det förklaras att arkivmaterial och skådespelare hade använts för att skapa inslaget.

2019 publicerade SVT Nyheter Halland en kort artikel om att de tre största halländska herrfotbollslagen skulle slås ihop på grund av ekonomiska problem. Två av lagtränarna intervjuas och berättar att laget kommer kunna bli slagkraftigare mot de större svenska lagen och på så sätt kunna vinna Allsvenskan. I artikeln finns en länk som ska leda vidare till laguppställningen, men som istället leder till en sida som avslöjar nyheten som ett aprilskämt.

5.2 Dokument

I nedanstående avdelning finns de olika dokument som används för att besvara uppsatsens andra frågeställning gällande vilka omständigheter som kan ses som förklaringsmodeller för aprilskämtens utveckling. Först presenteras de medieetiska reglerna och de versioner som gällde för respektive aprilskämt. I det andra avsnittet, 5.2.2, finnes SVT:s sändningstillstånd, vad de är och vad de reglerar. I 5.2.3 redogörs det för de public service-redovisningar SVT gör varje år där det gångna året sammanfattas och utvärderas.

5.2.1 Medieetiska regler

De medieetiska reglerna är ett ramverk för svenska journalister att förhålla sig till och kan sammanfattas av tre olika regelsystem: publicitetsregler, yrkesetiska regler, och riktlinjer mot textreklam. Publicitetsreglerna är grunden i det medieetiska systemet och innehåller etiska riktlinjer som journalister ska förhålla sig till gällande den publicistiska uppgiften.⁸⁶ De yrkesetiska reglerna är riktlinjer för hur man som journalist ska förhålla sig till sin yrkesroll.⁸⁷

Spelregler för press, radio och tv gavs tidvis ut av Pressens Samarbetsnämnd (nu Medieetikens Förvaltningsorgan) fram till 2010.⁸⁸ Sedan 2014 är det Journalistförbundet som står för de yrkesetiska reglerna.⁸⁹

⁸⁶ Medieombudsmannen, *Publicitetsreglerna - grunden i det medieetiska systemet*, <https://medieombudsmannen.se/det-har-ar-medieombudsmannen/publicitetsreglerna-grunden-i-det-medieetiska-systemet/> [accessed 2023-11-06].

⁸⁷ Journalistförbundet, *Yrkesetiska regler*, <https://www.sjf.se/yrkesfragor/yrkesetik/yrkesetiska-regler> [accessed 2023-11-09].

⁸⁸ Medieombudsmannen, *Våra huvudmän*, <https://medieombudsmannen.se/huvudmannen-bakom-det-medieetiska-systemet/> [accessed 2023-11-09].

⁸⁹ Journalistförbundet, *Yrkesetiska regler*, <https://www.sjf.se/yrkesfragor/yrkesetik/yrkesetiska-regler> [accessed 2023-11-09].

1997 när Ölandsbron-skämtet sändes gällde den 11e upplagan av *Spelregler för press, radio och tv*. Se bilaga 1. 2005, när VänerOperan sändes, gällde den 15e upplagan. Se bilaga 2. 2009 när aprilskämtet om aprilskämt sändes, gällde den 16e upplagan. Se bilaga 3. När Den lille Havfrue sändes 2015 och när fotbollsskämtet sändes 2019 gällde de nuvarande publicitets- och yrkesetiska reglerna. Se bilaga 4.

5.2.2 Sändningstillstånd SVT

Medieföretag som sänder radio och tv via marknätet i Sverige behöver ett sändningstillstånd. För public service-bolagen finns särskilda sändningstillstånd som är mer omfattande än de för andra mediebolag. Det är regeringen som, utifrån radio- och tv-lagen, författar sändningstillstånden för SVT, SR och UR, och de förnyas med några års mellanrum.⁹⁰ Sändningstillstånden innehåller direktiv och villkor för innehållet i sändningarna, nyhets- och kulturverksamheten, programutbudet för olika grupper i samhället, reklam och sponsring samt beredskaps- och säkerhetsfrågor.

Bilaga 5 är sändningstillståndet för SVT 1997-2001. Bilaga 6 är sändningstillståndet för SVT 2002-2005. Bilaga 7 är sändningstillståndet för SVT 2007-2009. Bilaga 8 är sändningstillståndet för SVT 2014-2019.

5.2.3 Public service-redovisning

Varje år sedan 1997 har SVT gjort public service-redovisningar (PSR) som granskar och presenterar vad företaget har gjort över det gångna året med en utgångspunkt i sändningstillståndet. För denna uppsats ligger PSR 1997, 2005, 2009, 2015 och 2019 som underlag för en del av analysen och finns länkade i bilaga 14. Då dessa rapporter är mycket omfattande och avtäckar hela SVT:s handlande på ett flertal punkter har ett urval gjorts om vilka delar som anses relevanta för att kunna besvara uppsatsens frågeställningar. De rör främst SVT i medielandskapet och relationen de har med sin publik.

⁹⁰ Myndigheten för press, radio och tv, *Innehållsregler för radio- och tv-sändningar*, <https://www.mprt.se/regelverk/Sa-regleras-radio-och-tv-sandningar/innehallsregler-for-radio-och-tv/> [accessed 2023-11-09].

6. Analys

I detta kapitel följer den analys som ska utforma svaret till uppsatsens frågeställningar. Genom en gestaltungsanalys visar avdelning 6.1 *Innehållsanalys av aprilskämten* på hur aprilskämten i SVT har förändrats, men också hur aprilskämten är uppbyggda och vilka sorts gestaltningar som görs. Detta görs med hjälp av teorin om nyhetsvärden. I avdelning 6.2 görs en idé- och ideologianalys för att nå fram till en förklaringsmodell för förändringen. Här används teorin reporterpraktikens kontext myntad av Ekström och Nohrstedt, samt Treacys principer om public service för en normativ synvinkel på aprilskämten.

6.1 Innehållsanalys av aprilskämten

I denna avdelning görs en innehållsanalys på de fem aprilskämten i kronologisk ordning. Avslutningsvis visas hur utvecklingen av innehållet i SVT:s aprilskämt sett ut.

6.1.1 Ölandsbron 1997

Aprilskämtet om Ölandsbron⁹¹ är det första av de fem utvalda aprilskämten. Genom att se till de fyra funktioner Entman pekat ut för gestaltningar går detta aprilskämt att dissekera. Den första funktionen handlar, som tidigare klagjorts, om att *definiera problem*⁹². Detta görs tydligt för tittaren så fort inslaget börjar. Sven Ekberg står framför Ölandsbron och förklarar i en allvarlig nyhetsröst att en betongpelare har vikt sig och rasat ned i Kalmarsund. Detta utvecklas när trafikpolischef Lars-Erik Andersson förklarar att bron är avspärrad för all trafik. Problemet blir ytterligare definierat när Smålandsnytt väljer att klippa in en SR-reporter som säger att samtliga riksprogram bryts för ett viktigt trafikmeddelande. Trots att denna del inte får så mycket *synlighet* i inslaget är det ett tydligt och medvetet *urval* med tanke på att Sveriges Radio P4 är en beredskapskanal som allmänheten vänder sig till i krissituationer. Sven Ekberg nämner också att kommunikationsminister Ines Uusmann är på väg till Kalmar från Rosenbad och lyfter således problemet till en politisk och nationell angelägenhet. Problemet definieras nu också som någonting som kan handla om politiska satsningar och tidigare regeringars ansvar. Smålandsnytt har genom sin gestaltning snabbt definierat ett stort

⁹¹ Bilaga 9

⁹² Robert M. Entman, "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication* 43:4 (1993), doi:<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>. 52

och allvarligt problem på endast en minut. Utifrån Harcup och O’Neills teori⁹³ innehåller denna öppning också ett flertal nyhetsvärden. Eftersom inslaget är ett aprilskämt har ingen annan publicerat något om det och således har det en hög grad av *exklusivitet*. Det är också en *dålig, dramatisk* nyhet och en *övertaskning* med stor *omfattning*. Allt detta syns också på bild vilket gör den *audiovisuellt* intressant. Eftersom skämtet handlar om något som varit ett tidigare problem och talats om i media går nyheten också att ses som en *uppföljning*. Då Ines Uusmann, och således regeringen, knyts an till problemet är även nyhetsvärdet *maktelit* närvarande.

Gestaltningen fortsätter med att *identifiera anledningar*⁹⁴ till varför problemet uppstått. Den här delen har stor *synlighet* i inslaget och förklaras pedagogiskt och väl. Det har också gjorts ett intressant *urval* som pekar tillbaka på det problem de definierat. När experten Nils Jönsson förklarar vad det är som har gått fel berättar han om korrosionen i armeringarna. Som förklarar i materialkapitlet hade detta varit ett riktigt problem under 90-talet. Inte nog med att detta ökar *dramatiken* i inslaget, utan det pekar också tillbaka på politiken och gestaltar att ett felsteg har gjorts under konstruktionen av bron.

Slutligen föreslås kortvariga och långvariga *åtgärder*. Här understryks inslagets gestaltande *omfattning*. Trafikpolischefen förklarar att de kommer sätta in färjor mellan Kalmar och Färjestaden. Nils Jönsson berättar att ingen båttrafik kommer kunna passera under bron, varken nu eller under hela sommaren. Han gör en avvägning att bilar nog kan vara tillbaka på bron i slutet av juli eller början av augusti. *Urvalet* att just trafikpolischefen och broexperten repeterar denna information gör den väldigt noterbar och betydelsefull för publiken.

6.1.2 VänerOperan 2005

Aprilskämtet om VänerOperan⁹⁵ inleds direkt med att konstatera att det är en *uppföljning*. Reportern Karin Lorenz berättar att planerna om ett underjordiskt konserthus har runnit ut i sanden och man ska istället bygga VänerOperan. Det är ett medvetet *urval*⁹⁶ som direkt får publiken på spänn då det anknyter till en tidigare nyhet. Den flytande operan ska inte bara vara billigare än det underjordiska konserthuset, utan det är något som skapar internationellt

⁹³ Tony Harcup & Deirdre O’Neill, "What is News? News values revisited (again)", *Journalism Studies* 18:12 (2017), doi:<https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>.

⁹⁴ Robert M. Entman, "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication* 43:4 (1993), doi:<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>. 52

⁹⁵ Bilaga 10

⁹⁶ Robert M. Entman, "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication* 43:4 (1993), doi:<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>. 53

intresse och som kommer generera stora vinster. Operabåten ska även ha större publikkapacitet än en fast konsertsal. Här *definieras ett problem* som även det knyter an till tidigare sociala och kulturella debatter, nämligen det att det svenska kulturlivet har svårt att finansiera sig självt. Att man behöver ta till så pass kreativa drag, som att sätta en opera på vatten, för att locka publik och skära ned på kostnader pekar på att det finns ett problem i hur verksamheten har drivits hittills. Aprilskämtet om VänerOperan har nyhetsvärdet⁹⁷ *bra nyhet* då den syftar till att vända den nedåtgående trenden, men också en nyhet med stor *omfattning* då den genom sin problemdefinition pekar på en räddning för kultursfären, nationellt och internationellt.

Vidare har man samtidigt som man definierat problemet också *föreslagit åtgärder*, detta genom att poängtera att det finns en känd Karlstadsbo som är beredd att satsa kapital i projektet. Man pekar återigen på *problemet* om bristande finansieringar och vinster inom kultursfären. Att ha just en Karlstadsbo vara den med pengar är ett relevant *urval* för inslaget då det sändes på lokalnyheterna. Det gör också problemet om pengar mer *synligt*⁹⁸ för publiken då informationen blir mer noterbar genom att anknyta den till en lokal person, samtidigt som bilder på olika ritningar och modeller av båten visas i bild. Värmlandsnytt skapar en gestaltning där en lokalbo skulle kunna vara operan och kulturlivets räddning.

Utöver de nyhetsvärden som nämnts ovan går det att identifiera ett flertal till. Liksom skämtet om Ölandsbron har detta inslag en hög grad av *exklusivitet* och *övertäckning*. Det är också *audiovisuellt* tilltalande då tittarna får ett smakprov på hur VänerOperan kommer se ut i Klarälven genom en animation. Då det berör nöjesbraschen återfinns också nyhetsvärdet *underhållning*⁹⁹.

6.1.3 Aprilskämtet om aprilskämt 2009

Aprilskämtet om aprilskämt¹⁰⁰ är ett inslag som börjar med att programledaren Leif Näslund berättar att SVT måste sluta med aprilskämt. Tidigt i inslaget förklaras att anledningen till detta är att aprilskämten kan skapa besvikelse och i förlängningen depressioner hos tittarna. Här har ett *problem definierats*, att aprilskämt har oönskade konsekvenser, och det har konstaterats att det är en *dålig nyhet*. Samtidigt *föreslås åtgärder*, att SVT slutar med

⁹⁷ Tony Harcup & Deirdre O'Neill, "What is News? News values revisited (again)", *Journalism Studies* 18:12 (2017), doi:<https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>.

⁹⁸ Robert M. Entman, "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication* 43:4 (1993), doi:<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>, 53

⁹⁹ Tony Harcup & Deirdre O'Neill, "What is News? News values revisited (again)", *Journalism Studies* 18:12 (2017), doi:<https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>.

¹⁰⁰ Bilaga 11

aprilskämt. *Anledningen* till problemet *identifieras* när beteendeforskaren Nils Lökberg berättar att folk blev besvikna och fick psykiska problem när en tidning hade skämtat om att Systembolaget skulle ha rea. Han förklarar att aprilskämt lovar saker som sen inte går i uppfyllelse, något som påverkar den mentala hälsan.

Problemet utvecklas med det medvetna *urvalet* att berätta att en forskargrupp följt 1000 personer i flera år och kommit fram till att 36% fått olustkänslor av att ha blivit lurade och 11% fått psykiska problem. Den vetenskapliga grunden för beslutet att sluta sända aprilskämt (*åtgärden*) görs *synligt* genom hela inslaget då det poängteras upprepade gånger av både forskare, reporter och ansvariga. Forskningsresultatet visas också med en grafik vilket gör det ännu mer noterbart och således *synligt* för publiken. Detta göt också nyheten *audiovisuellt* intressant. Här kan man också notera att nyheten har betydande *relevans* och *omfattning* då SVT:s publik är stor och många kan bli påverkade av valet att sluta med aprilskämt.

Åtgärden kan också ses som ett *moraliskt avvägande*, som är den sista av Entmans fyra funktioner¹⁰¹, från SVT:s håll. Det vill säga att de slutar med aprilskämt med hänsyn till tittarnas hälsa. Detta *synliggörs* genom att en kommunikationsstrateg på SVT berättar att hon tror att folk inte kommer sakna aprilskämten utan uppskatta att SVT bidrar till folkhälsan. Hon berättar även att de värnar mycket om sin trovärdighet. Att ha med Wendela Birkeborn, någon som får representera SVT utåt, är ett medvetet *urval* för att förstärka det *moraliska avvägandet*. Det kommuniceras ytterligare genom att hon använder många nyckelord när hon pratar, exempelvis trovärdighet, folkhälsa och public service.

Problemet synliggörs vidare när tre personer på gatan intervjuas och berättar vad de tycker om aprilskämt i media. De *föreslagna åtgärderna* märks av genom hela inslaget och förstärks av att inslaget slutar med att programledaren säger att det inte är kul att bli lurad så de lovar att aldrig mer narras.

Nyheten är *exklusiv* då det bara är SVT som sänder den, och en *övertäckning*. Man kan även argumentera för att den faller inom ramen för *nyhetsorganisationens agenda*, som är en av Harcup och O'Neills nyhetsvärden¹⁰² då den handlar om nyhetsorganisationen själv och berör SVT:s moral och trovärdighet.

¹⁰¹ Robert M. Entman, "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication* 43:4 (1993), doi:<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>. 52

¹⁰² Tony Harcup & Deirdre O'Neill, "What is News? News values revisited (again)", *Journalism Studies* 18:12 (2017), doi:<https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>.

6.1.4 Den lille havfrue 2015

Den lille havfrue¹⁰³ är ett aprilskämt som både sändes som ett inslag och publicerades som en artikel. I ingressen av artikeln, samt i början av inslaget, presenteras att Den lille havfrue i Köpenhamn ska flyttas till Västra hamnen i Malmö på grund av vandalisering. Här både *definieras problemet*, att statyn har vandaliserats och *föreslås åtgärder*; att den måste flyttas. *Åtgärderna synliggörs*¹⁰⁴ av att det berättas att Köpenhamns hamnkontor har beslutat att den inte kan stå kvar på platsen. I så fall finns risken att den vandaliseras ännu mer. Det *definierade problemet* förstärks av *urvalet* att intervjua en person på Köpenhamns hamnkontor som berättar att statyn tappat sitt huvud. Problemet *synliggörs* ytterligare i inslaget där en bild visas på statyn där den saknar sitt huvud.

Sedan intervjuas ordföranden för Malmö förskönings- och planteringsförening som berättar att det är bra att en världsberömd staty flyttar till Sverige. Detta tyder på *omfattningen* av nyheten, att många kommer påverkas av en troligen ökad turism till Malmö, och vice versa, en möjlig minskad turism till Köpenhamn. Man kan även argumentera att nyheten innehåller nyhetsvärdet *kändis*¹⁰⁵ då de nämner i artikeln att det är en världsberömd staty. I inslaget säger även programledaren att det är “en av de internationellt mest kända danskarna”.

Åtgärderna synliggörs sedan ytterligare i slutet av artikeln och i slutet av inslaget där man berättar att statyn kommer att vara på plats i Malmö redan samma kväll. Detta tyder även på att nyheten kan uppfattas som *dramatisk* då den har vandaliserats och behöver flyttas snabbt.

Nyheten är *exklusiv*, *audiovisuell* och en *övertaskning*. Utöver det är den även *delbar*. 2015 var användningen av sociala medier stor.¹⁰⁶

6.1.5 Fotbollsskämtet 2019

Till skillnad från de tidigare skämtet hittas Fotbollsskämtet från 2019¹⁰⁷ endast online. Det sändes inte som ett inslag på lokalnyheterna utan lades bara ut som en nyhetsartikel på SVT Hallands hemsida och är därför betydligt kortare. Likt skämtet om VänerOperan *definieras*

¹⁰³ Bilaga 12

¹⁰⁴ Robert M. Entman, "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication* 43:4 (1993), doi:<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>, 52-53

¹⁰⁵ Tony Harcup & Deirdre O'Neill, "What is News? News values revisited (again)", *Journalism Studies* 18:12 (2017), doi:<https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>.

¹⁰⁶ Svenskarna och internet, *Internetutveckling och uppkoppling*, 2020, <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/digitalt-utanforskap-2020/internetutveckling-och-uppkoppling/#intern-etanvandande> [accessed 2023-12-03].

¹⁰⁷ Bilaga 13

*problemet*¹⁰⁸ utifrån ekonomi. Man skriver att klubbarna Halmstads BK och Varbergs BoIS haft ekonomiska problem. *Anledningarna* till detta ska vara dåliga intäkter. Gestaltningen av *problemet* är väldigt *synlig* och genomsyrar artikeln där den enda mellanrubriken lyder just "Ekonomiska problem". Det framgår tydligt att beslutet att slå ihop fotbollslagen är den enda vägen framåt för att rädda ekonomin. I artikeln kommer både en tränare för Falkenbergs FF och en tränare för Halmstads BK till tals, ett tydligt *urval* som gör artikeln förtroendeingivande och som är väldigt *synligt* då de är de enda rösterna som hörs.

De *föreslagna åtgärderna*, att bilda Hallands Fotbollsförening, sias kunna leda till att man ska kunna konkurrera med topplagen i Allsvenskan och till och med kunna vinna inom två år. Detta är enligt tränarna för lagen vilket återigen är ett *urval* som gör att framtidsspaningen gestaltas som rimlig och uppnåelig. Det går därför att identifiera nyhetsvärdena¹⁰⁹ *bra nyhet* med hög *exklusivitet* och *överraskning*. Eftersom nyheten handlar om de tre största fotbollslagen i Halland har artikeln hög *relevans* som berör *kändisar* i regionen. Här återfinns även nyhetsvärdet *underhållning*. Fotbollagens stora supporterskara i regionen gör också att artikeln har stor *delbarhet* då *omfattningen* är stor och påverkar fans av alla tre lag.

6.1.6 Aprilskämtens utveckling

Den ovanstående analysen visar att antalet nyhetsvärden i sändningarna är ungefär lika många. Ölandsbron innehåller åtta nyhetsvärden, och resterande aprilskämt innehåller sju nyhetsvärden vardera. Trots att denna uppsats inte gör några jämförande anspråk är det intressant att notera att tre nyhetsvärden återfinns i samtliga aprilskämt. Dessa är *exklusivitet*, *audiovisuell* och *överraskning*. Även om analysen visar på höga nyhetsvärden visar den också på skillnaden i grad mellan dem. I Ölandsbron gestaltas problemet som en nationell angelägenhet och har således större *omfattning* än exempelvis *omfattningen* av att slå samman tre fotbollslag från samma region. Gestaltningen av Ölandsbron har gjorts med noggrant *urval* och *synlighet*. Skämtet låter en expert om broar, en trafikpolis och en påverkad komma till tals. Att just *de* säger just *det* som de säger gör inslaget övertygande och känslostarkt. Skämtet är också långt och marksänt. Å andra sidan finns Fotbollsskämtet som är betydligt kortare och som endast publicerades på nätet. Där är det bara två personer, med samma roll, som får komma till tals och när anledningen pekats ut som dåliga intäkter görs

¹⁰⁸ Robert M. Entman, "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication* 43:4 (1993), doi:<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>, 52

¹⁰⁹ Tony Harcup & Deirdre O'Neill, "What is News? News values revisited (again)", *Journalism Studies* 18:12 (2017), doi:<https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>.

detta i väldigt vaga termer. Publiken får inte en helhetsbild av nyheten på samma sätt här som med Ölandsbron eller Aprilskämtet om aprilskämt. Att publiken saknar en helhetsbild av problemet återkommer även i Den lille havfrue. Det ges ingen explicit förklaring till varför statyn har vandaliserats och det går inte heller att identifiera några implicita anledningar. I övrigt är också beskrivningarna om vandaliseringarna begränsade. Utöver att inga anledningar pekats ut framgår inte heller hur länge vandaliseringarna pågått, vilka som är misstänkta eller hur de har utförts.

Aprilskämten Ölandsbron och VänerOperan innehåller nyhetsvärdet *uppföljning*, vilket innebär att båda nyheterna handlar om något som tidigare tagits upp i media. Troligtvis är människor mer investerade i och har en större emotionell koppling till nyheter om ämnen som det rapporterats om tidigare än ämnen som inte har det. Ingen av de resterande aprilskämt innehåller detta nyhetsvärde.

Både VänerOperan och Fotbollsskämtet har klassificerats som en *bra nyhet*, men även graden av hur bra de är och *omfattningen* av detta varierar. VänerOperan gestaltas på ett sådant sätt att det skulle kunna vara en ny väg framåt för kulturen som kommer att uppmärksammas internationellt och detta görs med hjälp av en lokalbo. Här har man skapat en nyhet av intresse för hela kultursfären, både i Sverige men också världen över. Att Fotbollsskämtet ses som en *bra nyhet* är för att detta räddar föreningarnas ekonomi och för att de slipper konkurrera med varandra om spelare. Nyhetens *omfattning* är stor för fotbollsintresserade i allmänhet och de tre lagens fans i synnerhet, men tas inte längre än så. Den gör inte anspråk på att detta skulle kunna vara tecken på en trend eller dra åt sig internationellt intresse. Aspekten av att vara en bra nyhet har gjorts på en mindre skala jämfört med VänerOperan.

Vidare finns det en utveckling i hur seriösa de *problem* som gestaltas är. I viss mån kan detta ses som en subjektiv bedömning, men ses i det här fallet utifrån hur stor påverkan det har på samhället och hur många individer som berörs. Ölandsbron är seriöst och har ett genomslag som påverkar olika delar av samhället, från individer till politik och handel. Även VänerOperan kan ses som seriöst då det poängterar en lösning på intäkter till kultursfären. Det har mindre direkt påverkan på det svenska samhället, men är ambitiöst och tar upp förväntningar om internationell berömmelse. Aprilskämtet om aprilskämtet går också att se som seriöst då de skämtar om ett så pass allvarsam ämne som psykisk ohälsa. Gestaltningen blir ännu seriösare då man låter en forskare berätta om det och visar statistik på följderna av att utsättas för aprilskämt. Desto mindre seriösa är skämten från 10-talet. Att Den lille havfrue vandaliseras kan ses som allvarligt, men det är inte något som påverkar individer

direkt. Dock är det en stor grej att flytta ett turistmål med en lång kulturhistoria från en plats till en annan, något som kommer få konsekvenser för den danska turistnäringen, men detta kan inte ses ha stora konsekvenser för svenska individer eller samhället. Aprilskämtet om fotbollslagen kan med all sannolikhet uppfattas som seriöst i kretsar som hängivit sig åt fotboll och Allsvenskan, men ur det bredare perspektivet om det svenska samhället och samtliga individer i landet är detta skämt ses som minst seriöst. Allteftersom problemen blivit mindre seriösa har också åtgärderna och konsekvenserna av dem följt samma mönster.

Det har även skett en utveckling på det audiovisuella hållet som skulle kunna peka på hur mycket jobb och tid man lagt på aprilskämtet från redaktionens håll. Aprilskämtet om Ölandsbron innehåller inte bara en animering där tittarna kan se att en pelare gått sönder, utan har också filmat från en trafikplats där de håller på att stänga av vägen fram till bron. Här syns statister i rätt klädsel på vägen. Skämtet om VänerOperan använder en liknande sorts animering som Ölandsbron där de visar på hur båten skulle se ut när den åker i Klarälven inne i Karlstad, bara för att låta den försvinna i tomma luften några sekunder senare. Här har de också inkorporerat modeller och ritningar av hur operabåten skulle kunna se ut och vara uppbyggd. När det kommer till Aprilskämtet om aprilskämt görs det audiovisuellt intressant med en infograf. Det är en märkbar nedgång från de två tidigare skämten, men ändå något som gör innehållet av det som sägs mer *synligt* för tittaren. I skämtet om Den lille havfrue visar de statyn utan sitt huvud, men till skillnad från de tidigare skämten är det inget som är animerat utan det är en arkivbild. Dessutom är detta det enda som är audiovisuellt intressant i inslaget. Resten av videon är människor som blir intervjuade. Återigen ses utvecklingen tydligt i perspektiv till skämtet om fotbollslagen. Det är endast en nyhetsartikel som inte erbjuder något rörligt material. SVT Halland gjort en modell över hur de nya lagtröjorna skulle kunna se ut, vilka visas på bild, men arbetsbördan för det jobbet är betydligt mindre än det för Ölandsbron.

6.2 April, april...eller?

I denna avdelning kommer förklaringsmodeller för förändringen av aprilskämten, som presenterades i förra avsnittet, att försöka tas fram. Detta kommer ske genom att analysera olika dokument som kan ses som *omständigheter* för SVT att sända aprilskämt. Dokumenten kommer att tillämpas på Ekström och Norstedts teori om *reporterpraktikens kontext*, som säger att det finns fyra omständigheter som påverkar de publicistiska valen en redaktion eller journalist gör vid varje publicering.¹¹⁰ Innehållet analyseras med hjälp av en idé- och

¹¹⁰ Mats Ekström & Stig Arne Nohrstedt, *Journalistikens etiska problem* (Bokforlaget Arena, 1996). 23-25

ideologianalys. Utifrån resultatet diskuteras vilken eller vilka omständigheter som påverkat SVT mest och deras sätt att sända aprilskämt fram till att idag ha slutat helt.

6.2.1 Ideal

För att ta reda på om omständigheten *ideal*¹¹¹ förändrats analyseras Spelreglerna för press, radio och tv som har getts ut med jämna mellanrum. Spelreglerna innehåller publicitetsregler och yrkesregler, vilket tyder på att dokumenten främst innehåller *handlingsföreskrifter*, det vill säga de tankar vilka dikterar vad man faktiskt ska *göra* i olika situationer.¹¹²

Punkt 1 i publicitetsreglerna¹¹³ lyder “Massmediernas roll i samhället och allmänhetens förtroende för dessa medier kräver korrekt och allsidig nyhetsförmedling” i alla utgåvor av spelreglerna. Denna punkt är ett *värdeomdöme*, det vill säga tankar om hur världen *bör* vara¹¹⁴. Detta *värdeomdöme* innehåller tankar om vad massmediernas roll i samhället innebär. *Värdeomdömet* ska uppfyllas genom *handlingsföreskrifter*, som är alla resterande punkter i pressreglerna. Däremot identifieras inga *verklighetsomdömen*.

Majoriteten av resterande punkter av yrkesreglerna innehåller imperativ, exempelvis “kontrollera”, “överväg”, “iaktta” eller “visa hänsyn”. Dessa handlar om att nyheter ska vara korrekta, journalisten ska vara generös med bemötanden och vara försiktig med bilder och namn. Punkterna är således *handlingsföreskrifter* och handlar om hur *värdeomdömet* i punkt 1 ska uppfyllas, specifikt att medierna kräver korrekt och allsidig nyhetsförmedling. Majoriteten av punkterna av publicitetsreglerna innehåller istället imperativ som “acceptera inte”, “använd inte” eller “utnyttja inte”. Dessa regler handlar om att man inte ska utnyttja sin roll som journalist och att man ska vara försiktig med hur man skaffar material. Dessa punkter är också *handlingsföreskrifter* och berör främst allmänhetens förtroende för massmedierna och journalisterna.

Förändringarna som sker mellan pressreglerna publicerade 1997¹¹⁵ och 2002¹¹⁶ är små. Det är några språkförändringar, såsom att “ras” byts ut mot “etniskt ursprung” i punkt 10 i publicitetsreglerna, och några förändringar som tyder på modernisering, såsom att “presskort” lagts till i punkt 4 i yrkesreglerna. Utöver det togs en *handlingsföreskrift* bort 2002, punkt 13 i yrkesreglerna som lyder “Respektera överenskomna publiceringstider.”. En

¹¹¹ Mats Ekström & Stig Arne Nohrstedt, *Journalistikens etiska problem* (Bokforlaget Arena, 1996). 23-25

¹¹² Mats Lindberg, "Qualitative Analysis of Idea and Ideological Content", in *Analyzing Text and Discourse: Eight approaches for the Social Sciences*, eds. Kristina Boréus & Göran Bergström (London: SAGE, 2017). 92

¹¹³ Bilaga 1-4

¹¹⁴ Mats Lindberg, "Qualitative Analysis of Idea and Ideological Content", in *Analyzing Text and Discourse: Eight approaches for the Social Sciences*, eds. Kristina Boréus & Göran Bergström (London: SAGE, 2017). 92

¹¹⁵ Bilaga 1

¹¹⁶ Bilaga 2

handlingsföreskrift lades även till 2002, punkt 12 i publicitetsreglerna “Ange källan när en framställning huvudsakligen bygger på annans sakuppgifter”.

Pressreglerna publicerade mellan 2002 och 2007¹¹⁷ innehåller inga förändringar. Mellan pressreglerna 2007 och de nuvarande pressreglerna¹¹⁸ skedde några förändringar. Det fanns återigen förändringar som tyder på modernisering, punkt 11 i de yrkesetiska reglerna lades till och handlar om dold kamera. Det finns även några grammatiska förändringar, punkt 2 och 12 i publicitetsreglerna, utan förändring av innehållet. Det lades även till några *handlingsföreskrifter*, i punkt 7 i yrkesreglerna (punkt 8 2007) lades meningen “Var försiktig med att återge uttalanden och annat material som icke-offentliga personer har publicerat i sociala medier.” till. Även *handlingsföreskriften* “Ge inte efter för påtryckningar från utomstående i avsikt att skapa publicitet som inte är journalistiskt motiverad.” i punkt 3 i yrkesreglerna.

Överlag har det inte funnits stora innehållsmässiga förändringar i de pressetiska reglerna mellan 1997 och 2019. Det har tillkommit en del *handlingsföreskrifter* som kan antas vara för att bättre uppfylla det *värdeomdöme* som beskrivits i punkt 1. De förändringar som har gjorts handlar mestadels om sanningshalten i nyheterna och vilka källor informationen kommer ifrån. Detta tyder på att de *värdeomdömen* som prioriterats mer berör förtroende för medierna och korrekt nyhetsförmedling.

6.2.2 Villkor

För att ta reda på om omständigheten *villkor*¹¹⁹ har förändrats analyseras sändningstillståndet för SVT för de fem åren. Alla sändningstillstånd börjar med ett stycke om vad SVT:s uppgift är.¹²⁰ Stycket innehåller information om vad regeringen anser att SVT *bör* vara och kan således tolkas som ett *värdeomdöme*.¹²¹ I sändningstillståndet från 1997-2001 lyder den “Sveriges Television AB (SVT) har till uppgift att marksända tv-verksamhet i allmänhetens tjänst. Verksamheten skall bedrivas självständigt i förhållande till staten, olika intresseorganisationer och andra maktgrupper i samhället.” Detta *värdeomdöme* förändras lite för varje utgåva och har vid den senaste utgåvan utvecklats till: “Sveriges Television AB (SVT) har till uppgift att bedriva tv-verksamhet i allmänhetens tjänst. Verksamheten ska präglas av oberoende och stark integritet och bedrivs självständigt i förhållande till såväl

¹¹⁷ Bilaga 3

¹¹⁸ Bilaga 4

¹¹⁹ Mats Ekström & Stig Arne Nohrstedt, *Journalistikens etiska problem* (Bokforlaget Arena, 1996). 23-25

¹²⁰ Bilaga 5-8

¹²¹ Mats Lindberg, "Qualitative Analysis of Idea and Ideological Content", in *Analyzing Text and Discourse: Eight approaches for the Social Sciences*, eds. Kristina Boréus & Göran Bergström (London: SAGE, 2017). 92

staten som olika ekonomiska, politiska och andra intressen och maktsfärer i samhället. Det är särskilt viktigt att SVT slår vakt om programområden som är betydelsefulla för allmänintresset.” Att förändringar görs i stycket som inleder varje sändningstillstånd tyder på att *värdeomdömet* förändras och att regeringen över åren högre värderar att SVT ska vara oberoende, och att de ska värna om allmänintresset.

För att uppfylla detta mål ska SVT *göra* det som sedan står i villkoren för sändningsrätten, det vill säga *handlingsföreskrifterna*.¹²² Precis som i de pressetiska reglerna innehåller sändningstillstånden en lista med punkter om vad som ska göras, men i det här fallet är reglerna tvingande för att SVT ska kunna behålla sitt sändningstillstånd. Inte heller här identifieras några *verklighetsomdömen*.

Mellan sändningstillstånden 1997-2001¹²³ och 2002-2005¹²⁴ finns det en del förändringar, bland annat 9§ i det senare sändningstillståndet, som handlar om det svenska språket. *Handlingsföreskriften* utvecklas då det läggs till att “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 det svenska språket och tillvarata den svenska kulturen i dess vidaste bemärkelse”. En annan *handlingsföreskrift* som utvecklas är 10§ som berör nyhetsverksamheten. Här lyder tillägget “Nyhetsverksamheten i SVT skall bedrivas så att en mångfald i nyhetsurval, analyser, och kommentarer kommer till uttryck i olika program”. 14§ som handlar om funktionshindrades behov utvecklas och 15§ som handlar om att SVT ska beakta språkliga och etniska minoriteters intressen tillkommer. Dessutom tillkommer 24-25§§ som handlar om SVT:s ansvar under höjd beredskap och vid svåra påfrestningar på samhället i fred.

Mellan sändningstillstånden 2002-2005 och 2007-2009¹²⁵ görs en del förändringar som handlar om teknisk utveckling, bland annat 1§ och 4§ som handlar om övergången från analog till digital sändning. Även 11§ som handlar om program för och med barn och unga utvecklas. Återigen utvecklas 13-14§§ som handlar om funktionshindrade och språkliga och etniska minoriteter. Utvecklingen handlar om att program anpassade för vissa grupper ska prioriteras och tillgängligheten ska förbättras. Återigen förändras den 8§ som handlar om svenska språket, men den här gången tas en del av villkoret bort istället, vilken är att SVT ska “tillvarata den svenska kulturen i dess vidaste bemärkelse”. Även 15§ om att SVT ska verka

¹²² Mats Lindberg, "Qualitative Analysis of Idea and Ideological Content", in *Analyzing Text and Discourse: Eight approaches for the Social Sciences*, eds. Kristina Boréus & Göran Bergström (London: SAGE, 2017). 92

¹²³ Bilaga 5

¹²⁴ Bilaga 6

¹²⁵ Bilaga 7

för mångfald i programverksamheten utvecklas. Slutligen utvecklas *handlingsföreskrifter* om beredskaps- och säkerhetsfrågor i 22-23§§.

Mellan sändningstillstånden 2007-2009 och 2014-2019¹²⁶ finns det återigen förändringar som berör teknisk utveckling, 2§ och 5§. I 6§, som handlar om innehållet i sändningarna, läggs följande mening till "Programverksamheten ska som helhet bedrivas utifrån ett jämställdhets- och mångfaldsperspektiv samt utmärkas av hög kvalitet och nyskapande form och innehåll". Det läggs också till en mening i 9§, som handlar om kulturutbudet: "SVT ska erbjuda ett mångsidigt kulturutbud som ska fördjupas, utvecklas och vidgas". Återigen utvecklas 11-12§§ som handlar om anpassning för personer med funktionsnedsättningar och programutbud med minoritetsspråk. Det förekommer en del förändringar i 18§ och 21§ som handlar om reklam och sponsring. Slutligen utvecklas 24§ som berör beredskaps- och säkerhetsfrågor.

Överlag finns det ett mönster i hur *handlingsföreskrifterna* förändras. De flesta förändringarna handlar om mångfald, och innefattar att programmen bättre ska anpassas till funktionshindrade, etniska minoritetsgrupper, barn och unga, och så vidare. Detta kan tolkas som att regeringen högre värdesätter att alla i samhället ska kunna ta del av programmen och på så sätt skapa en starkare nationell identitet med en större publik. Även de förändringar som berör nyhets- och kulturutbud och allmänt innehåll i sändningarna handlar om mångfald eller jämställdhet, vilket på samma sätt tyder på att nationell identitet och gemenskap värderas högre och högre. Utöver det är utvecklingen av kraven kring att tillvarata det svenska språket och kulturen starkt kopplat till nationell identitet.

6.2.3 Konsekvenser

För att ta reda på om omständigheten *konsekvenser*¹²⁷ har förändrats analyseras SVT:s public service redovisning för de fem åren. Här har de delar som berör medielandskapet samt de delar som diskuterar SVT:s relation med sin publik valts ut. I PSR 1997 hittas kapitelrubriken *Sveriges Television under 1900-talet*. Hela kapitlet präglas av *verklighetsomdömen*¹²⁸ som "Under 1990-talet har TV-landskapet genomgått starka förändringar,"¹²⁹ och andra beskrivningar om SVT i förhållande till invånarnas TV-vanor. Några *värdeomdömen* eller *handlingsföreskrifter* identifieras inte alls. Under 9.2 *Publikens värderingar av Sveriges*

¹²⁶ Bilaga 8

¹²⁷ Mats Ekström & Stig Arne Nohrstedt, *Journalistikens etiska problem* (Bokforlaget Arena, 1996). 23-25

¹²⁸ Mats Lindberg, "Qualitative Analysis of Idea and Ideological Content", in *Analyzing Text and Discourse: Eight approaches for the Social Sciences*, eds. Kristina Boréus & Göran Bergström (London: SAGE, 2017). 92

¹²⁹ Bilaga 14. PSR 1997. 9

Televisions program kommuniceras information om SVT:s relation med sin publik. Även denna del är totalt dominerad av olika *verklighetsomdömen* då texten till stor del är ett referat av en SOM-undersökning som gjorts om SVT:s program. SOM-undersökningar genomförs varje år av SOM-institutet (samhälle, opinion, massmedia) vid Göteborgs universitet. Där ställs frågor till allmänheten om utbudet på tv och allmänheten får värdera olika tv-kanaler. Flera gånger förekommer det meningar om SVT:s överlägsenhet inom särskilda programområden, men dessa ses fortfarande som *verklighetsomdömen* och inte värdeomdömen då antagandet görs utifrån SOM-undersökningen.¹³⁰

Under 4.2 *Konkurrens* i PSR 2005¹³¹ återfinns samma typ av information som i det utvalda kapitlet av PSR 1997. Även här är det endast *verklighetsomdömen* med olika siffror och statistik kring hur medielandskapet förändras och luckras upp. 22.8 *Publikens värdering av SVT* är också helt genomsyrad av *verklighetsomdömen* då även denna är baserad på en SOM-undersökning om SVT:s program.¹³²

Kapitel 5 i PSR 2009 berör publiken.¹³³ Här upptäcks för första gången andra sorters dimensioner än bara *verklighetsomdömen*. Med ett *värdeomdöme* skriver man att "Alla ska finna något av intresse hos SVT oavsett kön, ålder, språklig, etnisk och kulturell tillhörighet."¹³⁴ Man skriver också ut ett *värdeomdöme* om en målsättning att aktivt informera medborgarna om hur de kan ta del av SVT samt ett om att man ser det av stor vikt att satsa på spetsen i sitt programutbud. Det förekommer även ett *värdeomdöme* att "SVT behöver ett stort förtroende hos allmänheten för att på ett tydligt sätt kunna vara i allmänhetens tjänst".¹³⁵ I PSR 2009 finns även några få *handlingsföreskrifter*, bland annat att alla nya programuppdrag ska ha publikmål som följs upp och att antalet sändningsfel måste minimeras.¹³⁶ Den sista är ett resultat av en V-D-P triad.¹³⁷ Här skriver man att publiken har rätt till oavbruten sändning (*värdeomdöme* – V) samt att man kontinuerligt utvecklar driftsäkerheten (*verklighetsomdöme* – D). Att någonting kontinuerligt utvecklas pekar på att det inte är tillfredsställande nog, att det är ett problem med det. Således har man en målbild, eller norm, om publikens rätt till oavbruten sändning, och ett problem att de nu inte har det. Detta leder till *handlingsföreskriften* – P att sändningsfelen måste minimeras. Ytterligare en

¹³⁰ Bilaga 14. PSR 1997. 87-88

¹³¹ Bilaga 14. PSR 2005. 12-14

¹³² *ibid.* 88-90

¹³³ Bilaga 14. PSR 2009. 103-116

¹³⁴ *ibid.* 103

¹³⁵ *ibid.* 113

¹³⁶ *ibid.* 114

¹³⁷ Mats Lindberg, "Qualitative Analysis of Idea and Ideological Content", in *Analyzing Text and Discourse: Eight approaches for the Social Sciences*, eds. Kristina Boréus & Göran Bergström (London: SAGE, 2017). 92

V-D-P triad identifieras när de skriver att SVT tävlar om publikens uppmärksamhet (*verklighetsomdöme*) och att det är viktigt att publiken känner igen SVT när de söker efter det utbudet företaget erbjuder (*värdeomdöme*), därför måste deras kanaler och tjänster vara lättillgängliga och urskiljbara (*handlingsföreskrift*). Vidare förekommer det ett tydligt *värdeomdöme* om att det ska vara den objektiva informationen som leder SVT framåt, inte personliga, politiska eller kommersiella intressen. Utöver detta är texten fortsatt dominerad av *verklighetsomdömen*.¹³⁸

I PSR 2015 finns en rubrik som lyder *1.2 SVT i ett föränderligt medielandskap*.¹³⁹ Denna del är betydligt kortare än liknande avsnitt i tidigare PSR och innehåller endast *verklighetsomdömen*. I kapitel 3. *Detta har SVT bidragit med* diskuteras det hur SVT lyckats med deras målsättningar kring värde och genomslag.¹⁴⁰ Här identifieras ett flertal V-D-P-triader. Man skriver att en ambition är att tre av fyra medborgare ska anse att utbudet har ett stort värde för samhället (*värdeomdöme*), nu är den siffran på 71 procent (*verklighetsomdöme*) och därför satsar man på regionalomläggningar och lokaljournalister för att stärka SVT:s bidrag till demokratin (*handlingsföreskrift*). En liknande V-D-P-triad återfinns där de diskuterar den personliga nyttan SVT vill fylla, där två av tre ska uppleva att SVT:s utbud har stort värde för de personligen (*värdeomdöme*) och mätningen ligger på 56 procent (*verklighetsomdöme*) därför satsar de på att tillgängliggöra fler program på webben och tillmötesgå särskilda behov för olika grupper, bland annat genom att erbjuda mer sport (*handlingsföreskrift*).¹⁴¹ Vidare resonerar de kring public service roll i kombination med den ökande polariseringen i samhället. I och med att attityderna mot media förändras skriver de att "blir public service uppgift att opartiskt och sakligt skildra och granska vad som sker både i Sverige och utomlands än viktigare."¹⁴² Detta *värdeomdöme* byggs upp av andra, bland annat att de samlar människor med gemensamma upplevelser och bygger broar mellan olika grupper i samhället. Man skriver att positionen som brobyggare blir svårare när det finns krafter som drar isär samhället (*verklighetsomdöme*).

Samma upplägg som 2015 återfinns i PSR 2019 med rubriken *1.2 SVT i ett föränderligt medielandskap*.¹⁴³ Även denna innehåller endast *verklighetsomdömen*. Även i denna PSR handlar kapitel 3. *Detta har SVT bidragit med* om hur SVT lyckats under det gångna året. Här återfinns samma V-D-P-triader som i PSR 2015. Det vill säga SVT vill att

¹³⁸ Bilaga 14. PSR 2009. 115

¹³⁹ Bilaga 14. PSR 2015. 6

¹⁴⁰ ibid. 11-16

¹⁴¹ ibid. 11-12

¹⁴² ibid. 16

¹⁴³ Bilag 14. PSR 2019. 6-7

tre av fyra medborgare ska anse att de har ett stort värde för samhället (*värdeomdöme*) att 68 procent gör det (*verklighetsomdöme*) och att de kommer göra satsningar inom olika programområden för att nå en bredare publik (*handlingsföreskrift*).¹⁴⁴ Här återkommer även *värdeomdömet* att “Public service är till för alla i Sverige – och bidrar till gemensamma upplevelser.”¹⁴⁵ Även V-D-P-triaden om individuellt värde är i stora drag identisk med den från 2015.

Sammanfattningsvis går det att uppfatta ett tydligt mönster i de dimensioner som identifieras i de fem olika dokumenten. Samtliga är främst uppbyggda av olika sorters *verklighetsomdömen*. Detta kan enkelt förklaras då syftet med PSR är att beskriva och redovisa det gångna året, men det kan även ses som ett tecken på den objektivitet som ska genomsyra SVT där även de interna rapporterna upprätthåller en hög saklighet. Det förklaras också av Ekström och Nohrstedts teori om *konsekvenser* som processer vilka påverkas av nyhetsjournalistiken. SVT redogör för hur den objektiva verkligheten ser ut som en följd av deras handlande under året. Ju längre fram i tiden desto mer *värdeomdömen* och *handlingsföreskrifter* förekommer. SVT blir än mer medvetna om sin position och ansvar i samhället, och gör olika satsningar för att upprätthålla denna. I och med det förändrade medielandskapet upplever de också svårigheter med sin position då polariseringen i samhället har lett till förändrade attityder mot media. De tydliggör att de kommer lägga allra störst fokus på satsningar med ändamålet att hålla samman sin publik och således samhället.

6.2.4 Det normativa perspektivet

I detta avsnitt görs en analys av den sista omständigheten, *normer*,¹⁴⁶ i förhållande till de förändringar beskrivna i avsnitten ovan och i perspektiv till de aprilskämt som analyserats i 6.1. Tracey¹⁴⁷ identifierar åtta olika principer för public service, men endast fem används nedan eftersom de är applicerbara på fenomenet att sända aprilskämt. De tre som inte används är princip 1, 6 och 7. Dessa berör public service tillgänglighet, samt påverkan av yttre krafter.

Den andra principen Tracey räknar upp är *allmängiltig vädjan*¹⁴⁸ med vilket han syftar till att public service bör tillgodose så många åsikter och intressen i samhället som möjligt. Detta handlar om både bredd och spets då även underliggande och passiva åsikter ska tas i

¹⁴⁴ Bilaga 14. PSR 2019. 14

¹⁴⁵ ibid. 15

¹⁴⁶ Mats Ekström & Stig Arne Nohrstedt, *Journalistikens etiska problem* (Bokforlaget Arena, 1996). 23-25

¹⁴⁷ Michael Tracey, *The decline and fall of public service broadcasting* (Oxford ; New York: Oxford University Press, 1998). 18

¹⁴⁸ ibid. 26-27

beaktning. Skrivelser om detta framkommer i både sändningstillstånden och i PSR, det vill säga både i *villkor* och i *konsekvenser*. Sändningstillstånden tydliggör att SVT ska se till mångfald i nyhets- och kultursändningarna, ett riktmärke vilket blir mer omfattande under tidens gång. I alla sändningstillstånd förekommer en paragraf om att programmen, med tillgänglighet och mångsidighet, ska tillgodose skiftande behov och intressen hos landets befolkning. I *konsekvenserna* utvärderas detta genom att SVT redogör för hur många som tittar på olika typer av program, exempelvis barnprogram eller naturprogram. De skriver också om deras ansvar att sända program med spets. Vidare uppmärksammar de polariseringen i samhället och den breda variation av åsikter som finns. Det blir viktigare för public service att vara opartiskt. Samtidigt finns ett *värdeomdöme* om de gemensamma upplevelser de bistår publiken med. I perspektiv till aprilskämt framträder en slags balansgång vilken SVT verkar befinna sig på. Traditioner, som aprilskämt, är en betydande del av gemensamma upplevelser för ett folk och spelar en roll i att skapa nationell identitet. Det är någonting som alla känner igen och kan luta sig mot. Samtidigt som detta är etablerat, verkar SVT på en mediemarknad där förtroende inte längre kan tas för givet, vilket framgår av *handlingsföreskrifter* som genomsyrar flertalet dokument. Här konstrueras en del av förklaringsmodellen till nedgången och försvinnandet av aprilskämt. Handlingsföreskrifterna berättar en historia om en annan verklighet som har lett till att SVT har fått ge vika på sina *värdeomdömen*. Verkligheten väger tyngre än moralen. Trots att de själva identifierar ett behov av gemensamma upplevelser, en nationell identitet, har sättet i vilket man utför detta lett till en förändring på grund av det förändrade medielandskapet. Detta blir ännu tydligare utifrån Tracys fjärde princip om att *bistå den offentliga sfären*.

Den tredje principen är *tillhandahållande för minoriteter*¹⁴⁹ som betyder att public service dels bör anpassa sitt innehåll till minoritetsgrupper, men också ge dem möjlighet att uttrycka sig i de politiska och sociala samtalen i landet. Principen återfinns i sändningstillstånden och utvecklas tydligt för varje ny utgåva som görs. Ju längre fram i tiden desto mer anpassning till och medvetenhet om dessa grupper måste SVT ha. Även detta går att koppla till den nationella identiteten då det blir viktigare att alla människor i samhället ska kunna ta del av SVT och deras utbud oavsett vem man är. I kontrast till vad som skrivits ovan kan detta ses som en utveckling i SVTs roll i den nationella identiteten och i hur normer appliceras på företaget. När medielandskapet förändrats, och värdeomdömen om gemensamma upplevelser i form av aprilskämt har fått ge vika, har detta tagit en annan form

¹⁴⁹ Michael Tracey, *The decline and fall of public service broadcasting* (Oxford ; New York: Oxford University Press, 1998). 27-28

genom att man istället vill satsa mer på spets i sitt programuppdrag. SVT vill etablera en relation med olika grupper i samhället, oavsett deras storlek och intressen. Således försöker SVT upprätthålla de gemensamma upplevelserna inom den nationella identiteten, men genom mer nischade program som skapar relationer mellan fler medborgare och public service, istället för traditioner som aprilskämt.

Den fjärde principen *bistå den offentliga sfären*¹⁵⁰ handlar om att public service har en uppgift att skapa nationell identitet och gemenskap hos publiken, för att föra samman människor och bidra till att de alla är medborgare i ett samhälle. Här blir en intressant aspekt om vad det är att just *bistå* den offentliga sfären. Som påvisats i 6.1.6 höll aprilskämtens högre nivå under det sena 90-talet och 00-talet, något som pekar på att det var en stor del av det redaktionella arbetet och att traditioner således var en viktig del i SVT:s arbete att skapa gemenskap hos publiken och bilda en känsla av nationell identitet. Från detta perspektiv verkar att *bistå* varit förenat med mjukare värden, vilka aprilskämt och tradition kan räknas in i. Det går även att se i förändringarna i *villkoren* om det svenska språket och kulturen i sändningstillstånden, som 2002-2005 är mer omfattande och bland annat innehåller att SVT ska "tillvarata den svenska kulturen i dess vidaste bemärkelse". Det tas sedan bort 2007 och villkoret ligger i de senare sändningstillstånden på denna något lägre nivå. Här kan man se att man har prioriterat andra *villkor* högre än bevarandet av den svenska kulturen. Detta pekar också på faktumet att *bistå* den offentliga sfären runt millennieskiftet syftade till upprätthållandet av en svensk, nationell identitet, något som kom att förändras. En konsekvens av medielandskapets utveckling är att samhället polariserats, något som SVT skriver om i PSR 2015. De specificerar att deras uppgift som public service blir viktigare när grupper i samhället glider isär. De ska göra flera satsningar på att granska det som sker i Sverige och utomlands. Här har det skett ett skifte i vad som konstituerar att *bistå* den offentliga sfären. I dagens medielandskap framstår det som viktigare att *alltid* vara sanna och sakliga för att hålla ihop samhället och den nationella identiteten. De vill inte riskera att bidra till den polarisering som pågår genom att sända [seriösare] skämt som kan uppfattas som sanna, speciellt inte när fake news har fått en så stor spridning i mediesfären.

De två sista principerna, *engagemang i utbildningen av allmänheten* och *reglerna för sändningen ska befria programskaparen, snarare än begränsa*,¹⁵¹ talar båda för att SVT borde kunna sända aprilskämt. Den första principen handlar om att public service bör

¹⁵⁰ Michael Tracey, *The decline and fall of public service broadcasting* (Oxford ; New York: Oxford University Press, 1998). 28-30

¹⁵¹ *ibid*, 28-31

tillhandahålla utbildning av samhället, men det bygger på att de behandlar publiken som mogna, rationella personer som är kapabla att lära sig och utvecklas på olika sätt. Principen återfinns oförändrat i alla sändningstillstånd – “Programutbudet ska spegla förhållanden i hela landet och som helhet präglas av folkbildningsambitioner” (6§) och kan tala för att SVT kan skämta då publiken ska uppfattas som mogna och rationella och bör förstå skillnaden på påhitt och sanning. Trots att medielandskapet utvecklas menar Traceys teori att publiken fortfarande bör kunna se bortom det och uppskatta ett skämt för vad det är, speciellt ett skämt som har sitt ursprung i en hundraårig tradition vilken spelar roll för den nationella identiteten. Den senare principen handlar om att lagstiftning och andra anvisningar som styr public service bör upprätthålla en liberal tillämpning för programskapare så att de kan ha friheten att skapa program för särskilda intressen och publik. Principen handlar även om att beslutsfattare borde förstå potentialen och betydelsen av kreativt skapande. Även denna princip talar för att programskapare på SVT bör ha friheten att sända aprilskämt då de kan ses som ett innovativt och kreativt skapande som bör få finnas. Denna princip återfinns dock inte i varken *villkor*, *ideal* eller *konsekvenser* och tillämpas inte i praktiken på samma sätt som de andra principerna gör, men är fortfarande aktuell i fallet om aprilskämt. Även om det inte står ordagrant i sändningstillstånden att programskapare på SVT inte ska få tillämpa sin kreativa sida och göra program utifrån sina intressen går det att se att sändningstillstånden blir mindre och mindre liberala över tid. För varje ny upplaga tillkommer strängare regler kring vad som måste sändas och fler kategorier av program som måste prioriteras. Exempelvis står det i 14§ i sändningstillståndet från 2007-2009, som handlar om språkliga och etniska minoriteters intressen att “Verksamheten skall vara ett prioriterat område. Tillgängligheten skall förbättras”. Liknande villkor återkommer i flertalet paragrafer och är genomgående för alla sändningstillstånd. Detta talar för att principen om att *sändningen ska befria programskaparen, snarare än begränsa*, inte har lika stor vikt som de andra principerna.

7. Diskussion

I nedanstående kapitel sammanfattas resultaten från analysens båda delar och relationen mellan dem diskuteras. Vidare knyts studien an till tidigare forskning där resultat jämförs och utvärderas. Slutligen dras slutsatser som besvarar uppsatsens frågeställningar. Här är nationell identitet ett nyckelbegrepp.

Analysens första del 6.1 *Innehållsanalys av aprilskämt* gör en gestaltungsanalys utifrån nyhetsvärden på fem aprilskämt från 1997-2019. Det framgår att antalet nyhetsvärden är ungefär lika många och att nyhetsvärdena *exklusivitet*, *omfattning* och *audiovisuell* återfinns i alla fem, men även att graden av nyhetsvärdet minskar ju närmare nutid aprilskämtet publicerades. Exempelvis finns det en skillnad i nivån av *omfattning* mellan Ölandsbronskämtet och Fotbollskämtet, där den förstnämnda gestaltas med konsekvenser för handel, individer och politik, medan den andra endast når fans av de tre fotbollslagen vilka alla huserar i samma region. Samma mönster, att själva nyhetsvärdet fortfarande är närvarande, men i mindre utsträckning, noterades även med värdena *bra nyhet*, *dålig nyhet* och *audiovisuell*. Utöver det är endast de två första aprilskämten *uppföljningar*.

Givet vad som sammanfattats ovan är det i detta läge intressant att diskutera Harcup och O'Neils teori om nyhetsvärden.¹⁵² De menar att ju fler nyhetsvärden ett inlägg har, desto större incitament finns det att sända nyheten. Analysen i 6.1 visar dock att nyheter med *samma* antal nyhetsvärden fortfarande kan hålla *olika* nivåer av aktualitet och allmänintresse. Teorin berör inte hur mycket plats de olika nyhetsvärdena tar i nyheten och hur framträdande de är. Detta är av vikt för framtida teoriutvecklande studier att undersöka då det uppmärksammar en aspekt som ej tas hänsyn till. En mer omfattande teori om nyhetsvärden skulle exempelvis kunna inkludera en mer begränsad operationalisering av begreppen eller en mer flexibel begreppsapparat där varje nyhetsvärde kommer med en skala där en nyhet kan ha *omfattning* 3 och en annan *omfattning* 5.

Avslutningsvis är den helhetsbild som framställs i aprilskämten värd att diskutera. Utifrån *funktionerna* som analyserats i aprilskämten är det märkbart att de tidigare aprilskämten ger en tydligare helhetsbild av det ämne som tas upp i nyheten, då de innehåller

¹⁵² Tony Harcup & Deirdre O'Neill, "What is News? News values revisited (again)", *Journalism Studies* 18:12 (2017), doi:<https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>.

väl förklarade *anledningar*, *problemdefinitioner* och *åtgärder*. De senare aprilskämten ger en vagare helhetsbild med färre eller otydligare *funktioner*. Exempelvis förklaras det för tv-tittarna att *anledningen* bakom att en pelare på Ölandsbron rasat (*problem*) är att det är rost i armeringarna i betongen. För att *åtgärda* detta förbjuder man trafik under och på bron. Medan i Den lille havfrue presenteras *problemet*, vandalisering av statyn, och *åtgärder*; att den ska flyttas, men inga *anledningar* ges.

I kapitel 2. *Tidigare forskning* presenterades tidigare undersökta aspekter av aprilskämt och hur de är uppbyggda. Dearden och Barons lingvistiska studie¹⁵³ visade att aprilskämt höll en hög grad av formalitet och menade att detta är för att de är skapade i samma journalistiska miljö som sanna artiklar. De kom också fram till att aprilskämt sällan handlar om dåtid och att de är vagare än vanliga nyhetsartiklar. Samma mönster går att uppfatta i de aprilskämt som analyserats för denna uppsats. De är alla formella då de använder professionellt språk och har en hög grad av journalistisk objektivitet där berörda parter tillåts komma till tals. Som konstaterat i stycket ovan blir aprilskämten vagare med tiden, och blir således lättare att skilja från vanliga nyhetsartiklar, om man utgår från Dearden och Barons studie. Något som inte analyserats i denna uppsats, men som ändå är värt att nämna, är att samtliga aprilskämt i denna studie berör nutida eller framtida ämnen, vilket korresponderar med de slutsatser Dearden och Baron drar.

En annan studie som presenterats handlar om strategier för att avslöja aprilskämt i media.¹⁵⁴ Den första handlar om att bygga upp absurditeten mer och mer, den andra är att göra någon sorts referens till första april och den sista är att säga rakt ut att det är ett skämt. Problemet med den sistnämnda, menar Smith, är att tittare kan missa avslöjandet, även om det görs timmar senare eller i slutet av inslaget. I denna uppsats har inte avslöjandena ägnats så mycket uppmärksamhet, bortsett från materialgenomgången i det femte kapitlet. För att se hur aprilskämten utvecklats genom SVT:s historia är dock detta en intressant aspekt att diskutera. Ingen av aprilskämten i denna studie refererar till första april som en avslöjande-strategi, men ett av aprilskämten börjar någorlunda trovärdigt och utvecklas sedan mer och mer befängt. Det är skämtet om VänerOperan som i inledningen bara presenterar att fartyget ska byggas och fördelarna med projektet, men ju längre in i inslaget desto mer absurda detaljer läggs till. Däribland att dirigenten ska bli styrman, att personalen slipper sjunga med snorkel och att ett sjösjukepiller kommer att ingå i biljetten. De fyra andra

¹⁵³ Edward Dearden & Alistair Baron, "Fool's Errand: Looking at April Fools Hoaxes as Disinformation Through the Lens of Deception and Humour", *Lecture Notes in Computer Science* vol. 13451 (2023),

¹⁵⁴ Moira Smith, "Arbiters of Truth at Play: Media April Fools' Day Hoaxes", *Folklore* 120:3 (2009), doi:<https://doi.org/10.1080/00155870903219714>.

skämten avslöjades genom en artikel eller ett inslag där SVT erkänner att nyheten var ett aprilskämt. Ölandsbronskämtet dementerades i Rapports sista kvällssändning samma dag. Här är Smiths poäng om att publiken kan missa avslöjandet av stor relevans. Rapportsändningen började klockan 23 då delar av befolkningen redan gått till sängs eller stängt av tv:n. Avslöjandet står inte i proportion till storleken och omfattningen av skämtet. I perspektiv till Ölandsbronskämtet avslöjades Fotbollsskämtet nästan direkt. I artikeln finns en länk som läsaren uppmanas klicka på för att ta del av den nya laguppställningen. Denna leder istället till en sida där nyheten avslöjas som en bluff. Även om inte alla klickar på denna länk, kan man anta att de som gör det är de som är mest intresserade av ämnet och således också de som påverkas av skämtet. Skämtet från 2009 avslöjades med en artikel som publicerades dagen efter, 2/4, och skämtet 2015 med en artikel publicerad samma kväll.

Uppsatsens första frågeställning berör den innehållsmässiga förändringen av aprilskämt från 1997-2019. Den största förändringen är att aprilskämten blir mindre allvarliga och omfattande med tiden. Detta kan antas vara för att SVT inte ska påverka sin publik för mycket på ett emotionellt plan och inte skapa oro i samhället. Av samma anledning blir aprilskämten även mindre seriösa i aspekten hur bra eller dåliga nyheterna är. Överlag har också aprilskämten blivit sämre på att ge en helhetsbild av det *problem* som gestaltas där båda skämten från 10-talet inte ger några eller ger väldigt vaga *anledningar*. En intressant diskussionspunkt är sambandet mellan detta och graden av allvar i skämtet. Anledningarna lyfter gestaltningen till ett större perspektiv som ofta medför mer allvar. Exempelvis hade skämtet om Den lille havfrue blivit mer seriöst om bakgrunden till vandaliseringen handlat om ett motstånd till den danska kulturen. Det är också av vikt att bara de två första skämten innehåller nyhetsvärdet *uppföljning*. De senare är således inte associerade med verkliga händelser och publiken vilseleds därför inte med felaktig information gällande riktiga problem, utan påhittade. Hur aprilskämten avslöjats har också förändrats, ju senare i tiden desto lättare har det varit för publiken att förstå att nyheten är ett skämt. Detta för att minimera antalet personer som missar att det är en bluff och på så sätt minimera vilseledandet. Avslutningsvis har aprilskämten generellt blivit kortare, och det sista aprilskämtet publicerades bara på hemsidan. Det är även uppenbart att ju längre fram i tiden, desto mindre tid och jobb har lagts på arbetet att skapa nyheten.

I analysens andra del analyseras omständigheterna kring SVT:s publicering av aprilskämten. Först görs en idé- och ideologianalys av *ideal* – pressetiska regler, *villkor* – sändningstillstånd och *konsekvenser* – PSR. Sedan sätts detta i perspektiv till utvecklingen av aprilskämt med hjälp av Traceys teori om public service principer – *normer*. I omständigheten

ideal är förändringarna små. De förändringar som görs handlar om sanningshalten av nyheter och källor. I *villkor* är förändringarna större och handlar främst om mångfald och att programutbudet ska vara mer inkluderande. Utvecklingen för *konsekvenser* visar att SVT blir mer medvetna om sin position i medielandskapet och ansvar för samhället. I 6.2.4 *Det normativa perspektivet* visas det att vissa av Traceys principer talar för att SVT bör kunna sända aprilskämt, medan andra talar för att SVT istället ska anpassa sig till olika rådande omständigheter för att kunna bistå den nationella identiteten och således bör sluta med aprilskämt.

För att diskutera den andra frågeställningen är det lämpligt att inleda med faktumet att ingen omständighet direkt har påverkat SVT att sluta sända aprilskämt. Det vill säga, ingen förbjuder SVT från att fortsatt bluffa sin publik. Dock har förändringar i omständigheterna indirekt påverkat SVT:s roll i samhället och hur de ser på sig själva. Detta ses som en del av en förklaringsmodell till varför aprilskämten försvunnit. Utifrån resultatet kan man anta att de förändringarna i de pressetiska reglerna (*ideal*) inte har påverkat SVT:s beslut kring att sända aprilskämt då de är så pass små i förhållande till andra förändringar som identifierats. Det kan däremot ha skapat en atmosfär där sanningsenlighet i publiceringarna och vilka källor som används blir allt viktigare med tiden och på så sätt påverkat journalisternas inställning till vilseledande information. Förändringarna i sändningstillstånden (*villkor*) kan antas ha påverkat SVT:s inställning till aprilskämt mer då dessa är större och berör ämnen som ligger närmare den typen av sändningar. Ämnena som berörs är inte direkt kopplade till huruvida det är acceptabelt att sända vilseledande innehåll, men kan sannolikt påverka bredare publicistiska attityder gällande inkludering och respekt. Med respekt menas förståelse för publiken och att de påverkas av det som SVT sänder. I sändningstillståndet från 2002-2005 hade det tillkommit skrivelser om bland annat att minst 50 procent av förstagångssändningarna skulle vara textade för hörselskadade, jämfört med sändningstillståndet 1997-2001 där något sådant inte återfinns. Ju längre fram i tiden desto viktigare att SVT anpassar sig till och tillhandahåller sändningar för *alla* individer i *hela* samhället. Detta kan diskuteras vara ett symptom av samhällets utveckling där inkludering och acceptans av alla människor blir viktigare, men kan också ses utifrån aspekten av den nationella identiteten där public service ska ena medborgarna i landet. Utöver detta finns utvecklingar av villkoren som berör det svenska språket och kulturen i sändningstillstånden. Som presenterat i kapitel 2. *Tidigare forskning* menar Anderson att mediers underhållande och upprätthållande av en nations språk bidrar till gemensamma föreställningar och en nationell identitet. För SVT har den här omständigheten påverkat på vilket sätt de ska bidra till den nationella identiteten då de första

sändningstillstånden innehåller höga krav på det SVT ska göra för att bevara det svenska språket och kulturen, medan de senare innehåller lägre krav. Således har SVT troligtvis använt sig av andra sätt att bidra till den nationella identiteten.

Den omständighet med de största förändringarna i det idémässiga innehållet är *konsekvenser*. De två första PSR som analyserats innehåller endast *verklighetsomdömen*, medan det i två sista förekommer fullständiga V-D-P-triader. Detta talar för att SVT blir mer medvetna om sin roll i samhället, och framställer en helhetsbild av detta i PSR. Istället för att bara konstatera hur året har varit, utvecklas SVT till att även reflektera över vad de gjort. De jämför framgångar med de mål, *värdeomdömen*, de har och klargör vad de ska göra för att uppfylla det, *handlingsföreskrifter*. I PSR 2015 och 2019 uppmärksammas vikten av att public service förblir opartiskt och granskar makten. De menar att detta, den seriösa journalistiska aspekten av deras uppdrag, är det viktigaste att fokusera på i framtiden då det finns krafter som drar isär samhället vilka de vill motverka. Detta är intressant då även slutsatsen av den första frågeställningen pekar på att aprilskämten utvecklats till att minska vilseledningen av publiken. Samtidigt förekommer *värdeomdömen* om att SVT bidrar med gemensamma upplevelser för publiken som enar landet. Trots detta varslas traditionen om aprilskämt ut. Såklart är en partiledardebatt i Agenda en söndagkväll i viss mån också en gemensam upplevelse för det svenska folket som erbjuds av public service, men det är värt att diskutera hur något så präglat av sin samtid som en partiledardebatt ställer sig som en *gemensam upplevelse* jämfört med något som ett aprilskämt, en *tradition*. Traditioner, något som i grund och botten binder samman ett folk, är något som Milán Filtera tar upp i sin studie om den taiwanesiska identiteten. Han menar att public service-program som tydligare fokuserar på kultur och religion upprätthåller den nationella identiteten och gemenskapen mer än inslag där politiska kontroverser tillåts ta plats. Även Puijks studie om NRK visar att de spelar an på traditionella värden som ett sätt att framställa och upprätthålla en nationell identitet.

I *konsekvenserna* hittas den tydligaste förklaringen till varför aprilskämten förändrats och efterhand avtagit. SVT:s behov och medvetenhet av att vara sanningsenliga på grund av det förändrade medielandskapet har gjort att även en tradition med en roll för den nationella identiteten fått ge vika. En tradition som skulle kunna vara en del av de *gemensamma upplevelser* SVT förespråkar i ett samhälle som dras isär av olika politiska krafter. Inte ens det ses som anledning nog för att *konsekvenserna* är så pass allvarliga. Istället har de *gemensamma upplevelserna* utvecklats till frågor om ett mer spetsat programutbud och mer

mångfald, vilka är en sammansättning av omständigheterna *konsekvenser* och *villkor* i kombination med *normer*.

Sammanfattningsvis har denna uppsats nått slutsatser om aprilskämtens utveckling där det bland annat påvisats att graden av allvar i skämten minskat under tidens gång och att skämten blir mindre förankrade i verkligheten. Genom analysen visas det att anledningarna till detta främst är de *konsekvenser* som identifierats. SVT ser svårigheter i det förändrade medielandskapet och ska lägga störst fokus på att hålla samman samhället. Även SVT:s *villkor* kan vara en del av anledningen där kraven på att de bidrar till mångfald och inkludering ökat. Att vara en del av den nationella identiteten har gått från att upprätthålla traditioner, till att vara en gemensam, sanningsenlig entitet. På grund av uppsatsens begränsade omfång är dessa slutsatser svåra att generalisera allt för mycket. Därför uppmanas det till vidare forskning om aprilskämt i svensk media och dess påverkan på samhället. Här är både publikstudier och intervjustudier av vetenskapligt intresse. De skulle bland annat kunna handla om beslutsfattande i skapandet av aprilskämt och vilka resonemang som förs på redaktionerna. Vidare uppmanas det till forskning kring hur public service använder traditioner i sin roll i den nationella identiteten. För SVT hade det varit av intresse att studera bland annat julkalendern.

Litteraturlista

Tryckta källor

Ahlquist, Martin & Borglund, Tommy, *Medierna och etiken : ansvar i ett nytt medielandskap* (Stockholm: Sanoma Utbildning, 2017).

Alvehus, Johan, *Skriva uppsats med kvalitativ metod*, 3 ed. (Stockholm: Liber, 2023).

Alvehus, Johan, *Skriva uppsats med kvalitativ metod : en handbok*, 2 ed. (Stockholm: Liber, 2019).

Anderson, Benedict, *Imagined communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* (London: Verso, 2006).

Bergström, Göran & Svärd, Per-Anders, "Idé- och ideologianalys", in *Textens mening och makt: Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*, eds. Kristina Boréus & Göran Bergström (Lund: Studentlitteratur, 2018).

Cushion, Stephen, *The Democratic Value of News* (Bloomsbury Publishing, 2017).

Ekström, Mats & Nohrstedt, Stig Arne, *Journalistikens etiska problem* (Stockholm, Prisma, 1996).

Esaiasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Henrik, Towns, Ann & Wängnerud, Lena, *Metodpraktikan : konsten att studera samhälle, individ och marknad*, 5 ed. (Stockholm: Wolters Kluwer, 2017).

Gripsrud, Jostein, *Mediekultur, mediesamhälle* (Göteborg: Daidalos, 2011).

Hirsch, Angelika & Wodak, Ruth, *The discursive construction of national identity* (Edinburgh: Edinburgh Univ. Press, 2010).

Karlsson, Michael & Strömbäck, Jesper, *Handbok i journalistikforskning*. 2 ed. (Lund: Studentlitteratur AB, 2019).

Lindberg, Mats, "Qualitative Analysis of Idea and Ideological Content", in *Analyzing Text and Discourse: Eight approaches for the Social Sciences*, eds. Kristina Boréus & Göran Bergström (London: SAGE, 2017).

Olander, Jessica, Fernström, Hanna & Bornstedt, Sandra, *April, april din dumma sill, har media lurat dig dit dom vill?: En kvalitativ textanalys av aprilskämtet Nylonstrumpan från 1962*, b-uppsats (Karlstad universitet: Fakulteten för samhällsvetenskap och humaniora: 2018).

Strömbäck, Jesper, *Makt, medier och samhälle : en introduktion till politisk kommunikation*, 2 ed. (Lund: Studentlitteratur, 2014).

Tankard, James W., "The Empirical Approach to the Study of Media Framing", in *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*, eds. Stephen D Reese, Oscar H Gandy & August E Grant (New York: Routledge, 2001), pp. 95–105.

Tracey, Michael, *The decline and fall of public service broadcasting* (Oxford ; New York: Oxford University Press, 1998).

Otryckta källor

Ahlqvist, Christofer, *Därför publicerar GP inget aprilskämt i år*, 2018, <https://www.gp.se/nyheter/g%C3%B6teborg/d%C3%A4r%C3%B6r-publicerar-gp-inget-aprilsk%C3%A4mt-i-%C3%A5r-1.5489903> [accessed 2023-11-21].

Björklund, Olle, *Oväntade Vasa-fynd*, 1/4 1961, SVT, <https://www.svtplay.se/video/8rLqBgd/aprilskamt/17-ovantade-vasa-fynd?info=visa> [accessed 2023-11-16].

Brzozowska, Dorota & Chłopicki, Władysław, "April Fools' day news — still funny?", *Media Linguistics* 7:2 (2020), pp. 184–192, doi:<https://doi.org/10.21638/spbu22.2020.203>.

Carle, Linus, *Ledare: Därför publicerar inte AN aprilskämt*, 2020, <https://www.arvikanyheter.se/2020/04/01/ledare-darfor-publicerar-inte-an-aprilskamt-381cc/> [accessed 2023-11-21].

Carragee, Kevin M, "The Neglect of Power in Recent Framing Research", *Journal of Communication* 54:2 (2004), pp. 214–233, doi:<https://doi.org/10.1093/joc/54.2.214>.

Dearden, Edward & Baron, Alistair, "Fool's Errand: Looking at April Fools Hoaxes as Disinformation Through the Lens of Deception and Humour", *Lecture Notes in Computer Science* vol. 13451 (2023), pp. 451–467, doi:https://doi.org/10.1007/978-3-031-24337-0_32.

Enström, Anders, *Därför skippar vi aprilskämtet*, 2022,
<https://www.barometern.se/kalmar/darfor-skippar-vi-aprilskamtet-a1bdab9b/> [accessed 2023-11-21].

Entman, Robert M., "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication* 43:4 (1993), pp. 51–58,
doi:<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>.

Harcup, Tony & O'Neill, Deirdre, "What is News? News values revisited (again)", *Journalism Studies* 18:12 (2017), pp. 1470–1488,
doi:<https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>.

Harning, Maria, "April, april" – så här har SVT skämtat i Jämtland genom åren", *SVT Nyheter*, 1/4 2023,
<https://www.svt.se/nyheter/lokalt/jamtland/april-april-sa-har-har-vi-skamtat-genom-aren>
[accessed 2023-10-30].

Journalistförbundet, *Yrkesetiska regler*, <https://www.sjf.se/yrkesfragor/yrkesetik/yrkesetiska-regler> [accessed 2023-11-09].

K Å Johansson, Bengt , Dinamarca, Rossana , Kihlström, Dan , Larsson, Ewa, Nilsson, Annika, Olauson, Erland, Olsson, Kent, Sellén, Birgitta, Selin, Henrik, Isaksson, Jenny & Larsson, Göran, *Radio och TV i allmänhetens tjänst: Riktlinjer för en ny tillståndperiod* (Stockholm: Elanders Gotab AB, 2005),
<https://www.regeringen.se/contentassets/3ee7f8ef9ba244c5a5ab61c0dba7b182/radio-och-tv-i-allmanhetens-tjanst---riktlinjer-for-en-ny-tillstandsperiod---missiv-t.o.m.-kapitel-5> [accessed 2023-10-17].

Kantar Sifo, *LYSSNARSIFFROR RADIO*, 2023,
<https://www.kantarsifo.se/rapporter-undersokningar/radioundersokningar/lyssnarsiffror-radio-ppm> [accessed 2023-10-30].

Medieombudsmannen, *Publicitetsreglerna - grunden i det medieetiska systemet*,
<https://medieombudsmannen.se/det-har-ar-medieombudsmannen/publicitetsreglerna-grunden-i-det-medieetiska-systemet/> [accessed 2023-11-06].

Medieombudsmannen, *Våra huvudmän*,
<https://medieombudsmannen.se/huvudmannen-bakom-det-medieetiska-systemet/> [accessed 2023-11-09].

Milán Fitera, Jorge, "Public service broadcasting in Taiwan: cultural issues and national identity conveyed in documentaries", *Church, Communication and Culture* 4:2 (2019), pp. 184–215, doi:<https://doi.org/10.1080/23753234.2019.1616577>.

Münter Lassen, Julie, "Nationalitetskonstruktion i dansk public service", *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift* 15:2 (2013), pp. 235–252,
doi:<https://doi.org/10.18261/issn2000-8325-2012-02-08>.

Myndigheten för press, radio och tv, *Innehållsregler för radio- och tv-sändningar*,
<https://www.mprt.se/regelverk/Sa-regleras-radio-och-tv-sandningar/innehallsregler-for-radio-och-tv/> [accessed 2023-11-09].

Nordiska museet, *Första april*, 2013, <https://www.nordiskamuseet.se/aretsdagar/forsta-april>
[accessed 2023-10-17].

Puijk, Roel, "Television from the periphery – Slow television and national identity in Norway", *Communications* 1:1 (2023), doi:<https://doi.org/10.1515/commun-2022-0003>.

Skoglund, Tomas, "Krönika: Det här är inget skämt", *SVT Nyheter*, 1/4 2021,
<https://www.svt.se/nyheter/lokalt/varmland/det-har-ar-inget-skamt> [accessed 2023-11-22].

Smith, Moira, "Arbiters of Truth at Play: Media April Fools' Day Hoaxes", *Folklore* 120:3 (2009), pp. 274–290, doi:<https://doi.org/10.1080/00155870903219714>.

Svenskarna och internet, *Internetutveckling och uppkoppling*, 2020,
<https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/digitalt-utanforskap-2020/internetutveckling-och-uppkoppling/#internetanvandande> [accessed 2023-12-03].

Svensson, Johan, "Nu ska Ölandsbron renoveras – igen", *SVT Nyheter*, 26/9 2014, <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/smaland/nu-ska-olandsbron-renoveras-igen> [accessed 2023-11-06].

SVT, *Företaget SVT: Uppdrag och Roll*, <https://b2b.svt.se/program/programutveckling/foretaget-svt-uppdrag-och-roll.html#:~:text=Public%20Service%20Duppdraget&text=Verksamheten%20regleras%20i%20f%C3%B6rsta%20hand> [accessed 2023-10-17].

SVT, *Sveriges Televisions public service-redovisning 2022* (SVT, 2022), https://omoss.svt.se/download/18.5c04d9141869c826261787/1677669102421/public_service_redovisning_2022.pdf [accessed 2023-10-30].

Van den Bulck, Hilde, "Public service television and national identity as a project of modernity: the example of Flemish television", *Media, Culture & Society* 23:1 (2001), pp. 53–69, doi:<https://doi.org/10.1177/016344301023001003>.

Varatharajan, Prithvi, "John Forbes, the Australian Poet: Representations of National Identity in A Layered Event on ABC Radio National", *Adaptation* 9:1 (2015), pp. 1–11, doi:<https://doi.org/10.1093/adaptation/apu046>.

Vetenskapsrådet, *Etik i forskningen*, 2018, <https://www.vr.se/uppdrag/etik/etik-i-forskningen.html> [accessed 2023-12-15].

Watson, Iarfhlaith, "The Irish Language and Television: National Identity, Preservation, Restoration and Minority Rights", *The British Journal of Sociology* 47:2 (1996), p. 255, doi:<https://doi.org/10.2307/591726>.

Bilaga 1

Spelregler för press, radio och tv, 1997.

Pressens samarbetsnämnd, *Spelregler för press, radio, TV*, 11 ed. (Stockholm: TU, 1997). 7-11

I. Publicitetsregler:

Ge korrekta nyheter

1. Massmediernas roll i samhället och allmänhetens förtroende för dessa medier kräver korrekt och allsidig nyhetsförmedling
2. Var kritisk mot nyhetskällorna. Kontrollera sakuppgifter så noggrant som omständigheterna medger, även om de tidigare har publicerats. Ge läsaren/mottagaren möjlighet att skilja mellan faktaredovisning och kommentarer.
3. Löpsedel, rubrik och ingress skall ha täckning i texten.
4. Slå vakt om den dokumentära bilden. Var noga med att bilder och grafiska illustrationer är korrekta och inte utnyttjas på ett missvisande sätt.

Var generös med bemötanden

5. Felaktig sakuppgift skall rättas, när det är påkallat. Den som gör anspråk på att bemöta ett påstående skall, om det är befogat, beredas tillfälle till genmäle. Rättelse och genmäle skall i lämplig form publiceras utan dröjsmål och på så sätt att de kan uppmärksammas av dem som har fått del av de ursprungliga uppgifterna. Observera att ett genmäle inte alltid kräver en redaktionell kommentar.
6. Publicera utan dröjsmål Pressens Opinionsnämnds klandrande uttalanden i fall som rör den egna tidningen.

Respektera den personliga integriteten

7. Överväg noga publicitet som kan kränka privatlivets helgd. Avstå från sådan publicitet om inte ett uppenbart allmänintresse kräver offentlig belysning.
8. Iaktta stor försiktighet vid publicering av självmord och självmordsförsök, särskilt av hänsyn till anhörige och vad ovan sagts om privatlivets helgd.
9. Visa alltid offren för brott och olyckor största möjliga hänsyn. Pröva noga publicering av namn och bild med hänsyn tagen till offren och deras anhöriga.
10. Framhäv inte berörda personers ras, kön, nationalitet, yrke, politisk tillhörighet eller religiös åskådning om det saknar betydelse i sammanhanget och är missaktande.

Var varsam med bilder

11. Vad som i dessa regler sägs gäller i tillämpliga delar även om bildmaterial.

12. Bildmontage, retuscherings på elektronisk väg eller bildtext får ej utformas så att det vilseleder eller lurar läsaren. Ange alltid i direkt anslutning till bilden om den är förändrad genom montage eller retusch. Detta gäller även vid arkivering.

Hör båda sidor

13. Sträva efter att ge personer, som kritiserats i faktaredovisande material, tillfälle att bemöta kritiken samtidigt. Sträva också efter att återge alla parter ståndpunkter. Var uppmärksam på att anmälningar av olika slag kan ha till enda syfte att skada den som blivit anmäld.
14. Tänk på att en person, misstänkt för brott, i lagens mening alltid betraktas som oskyldig om fällande dom inte föreligger. Den slutliga utgången av en skildrad rättsak bör redovisas.

Var försiktig med namn

15. Överväg noga konsekvenserna av en namnpublicering som kan skada människor. Avstå från sådan publicering om inte ett uppenbart allmänintresse kräver att namn anges.
16. Om inte namn anges undvik att publicera bild eller uppgift om yrke, titel, ålder, nationalitet, kön eller annat, som gör en identifiering möjlig.
17. Observera att hela ansvaret för namn- och bildpublicering faller på den som återger materialet.

II. Yrkesregler

Journalistens integritet

1. Ta inte i tjänsten emot journalistiska uppdrag av personer utanför den redaktionella ledningen.
2. Acceptera inte uppdrag från utomstående, ej heller inbjudan, gåva, gratisresa eller annan förmån i och utanför tjänsten som kan misstänkliggöra ställningen som fri och självständig journalist.
3. Använd inte ställningen som journalist till att utöva påtryckningar för egen eller andras vinning eller till att skaffa privata förmåner.
4. Utnyttja inte för egen eller andras vinning opublicerade nyheter beträffande de ekonomiska förhållanden eller åtgärder hos stat, kommuner, organisationer, företag eller enskilda

5. Beakta journalistavtalets bestämmelse om att medarbetare icke får åläggas att skriva mot sin övertygelse eller utföra förödmjukande uppdrag.

Anskaffning av material

6. Tillmötesgå rimliga önskemål från intervjuade personer om att i förväg få veta hur och var deras uttalanden återges.
7. Visa särskild hänsyn mot ovana intervjuobjekt. Upplys den intervjuade om huruvida samtalet är avsett för publicering eller enbart för information.
8. Förfälska inte intervjuer eller bilder
9. Visa hänsyn vid fotograferingsuppdrag samt vid anskaffning av bilder, särskilt i samband med olyckor och brott.
10. Ge inte efter för påtryckningar från utomstående i avsikt att hindra eller inskränka berättigad publicitet.
11. Beakta upphovsrätten med dess citatregler och fotorätten.
12. Visa generositet med källangivelse när en framställning huvudsakligen bygger på annans sakuppgifter.

Publiceringstider

13. Respektera överenskomna publiceringstider.

Bilaga 2

Spelregler för press, radio och tv, 2002.

Pressens samarbetsnämnd, *Spelregler för press, radio, TV*, 15 ed. (Stockholm: TU, 2002). 7-11

I. Publicitetsregler:

Ge korrekta nyheter

1. Massmediernas roll i samhället och allmänhetens förtroende för dessa medier kräver korrekt och allsidig nyhetsförmedling
2. Var kritisk mot nyhetskällorna. Kontrollera sakuppgifter så noggrant som omständigheterna medger, även om de tidigare har publicerats. Ge läsaren/mottagaren möjlighet att skilja mellan faktaredovisning och kommentarer.
3. Löpsedel, rubrik och ingress skall ha täckning i texten.
4. Slå vakt om den dokumentära bilden. Var noga med att bilder och grafiska illustrationer är korrekta och inte utnyttjas på ett missvisande sätt.

Var generös med bemötanden

5. Felaktig sakuppgift skall rättas, när det är påkallat. Den som gör anspråk på att bemöta ett påstående skall, om det är befogat, beredas tillfälle till genmäle. Rättelse och genmäle skall i lämplig form publiceras utan dröjsmål och på så sätt att de kan uppmärksammas av dem som har fått del av de ursprungliga uppgifterna. Observera att ett genmäle inte alltid kräver en redaktionell kommentar.
6. Publicera utan dröjsmål Pressens Opinionsnämnds klandrande uttalanden i fall som rör den egna tidningen.

Respektera den personliga integriteten

7. Överväg noga publicitet som kan kränka privatlivets helgd. Avstå från sådan publicitet om inte ett uppenbart allmänintresse kräver offentlig belysning.
8. Iaktta stor försiktighet vid publicering av självmord och självmordsförsök, särskilt av hänsyn till anhöriga och vad ovan sagts om privatlivets helgd.
9. Visa alltid offren för brott och olyckor största möjliga hänsyn. Pröva noga publicering av namn och bild med hänsyn tagen till offren och deras anhöriga.
10. Framhäv inte berörda personers etniska ursprung, kön, nationalitet, yrke, politisk tillhörighet, religiös åskådning eller sexuell läggning om det saknar betydelse i sammanhanget och är missaktande.

Var varsam med bilder

11. Vad som i dessa regler sägs gäller i tillämpliga delar även om bildmaterial.
12. Bildmontage, retuschering på elektronisk väg eller bildtext får ej utformas så att det vilseleder eller lurar läsaren. Ange alltid i direkt anslutning till bilden om den är förändrad genom montage eller retusch. Detta gäller även vid arkivering.

Hör båda sidor

13. Sträva efter att ge personer, som kritiseras i faktaredovisande material, tillfälle att bemöta kritiken samtidigt. Sträva också efter att återge alla parterers ståndpunkter. Var uppmärksam på att anmälningar av olika slag kan ha till enda syfte att skada den som blivit anmäld.
14. Tänk på att en person, misstänkt för brott, i lagens mening alltid betraktas som oskyldig om fällande dom inte föreligger. Den slutliga utgången av en skildrad rättssak bör redovisas.

Var försiktig med namn

15. Överväg noga konsekvenserna av en namnpublicering som kan skada människor. Avstå från sådan publicering om inte ett uppenbart allmänintresse kräver att namn anges.
16. Om inte namn anges undvik att publicera bild eller uppgift om yrke, titel, ålder, nationalitet, kön eller annat, som gör en identifiering möjlig.
17. Observera att hela ansvaret för namn- och bildpublicering faller på den som återger materialet.

II. Yrkesregler

Journalistens integritet

1. Ta inte i tjänsten emot journalistiska uppdrag av personer utanför den redaktionella ledningen.
2. Acceptera inte uppdrag, inbjudan, gåva, gratisresa eller annan förmån - och ingå inte avtal eller andra förbindelser - som kan misstänkliggöra ställningen som fri och självständig journalist.
3. Ge inte efter för påtryckningar från utomstående i avsikt att hindra eller inskränka berättigad publicitet.
4. Använd inte din ställning som journalist, eller presskortet, till att utöva påtryckningar för egen eller andras vinning eller till att skaffa privata förmåner.

5. Utnyttja inte för egen eller andras vinning opublicerade nyheter beträffande de ekonomiska förhållanden eller åtgärder hos stat, kommuner, organisationer, företag eller enskilda
6. Beakta journalistavtalets bestämmelse om att medarbetare inte får åläggas att skriva mot sin övertygelse eller utföra förödmjukande uppdrag.

Anskaffning av material

7. Tillmötesgå rimliga önskemål från intervjuade personer om att i förväg få veta hur och var deras uttalanden återges.
8. Visa särskild hänsyn mot ovana intervjuobjekt. Upplys den intervjuade om huruvida samtalet är avsett för publicering eller enbart för information.
9. Förfälska inte intervjuer eller bilder
10. Visa hänsyn vid fotograferingsuppdrag samt vid anskaffning av bilder, särskilt i samband med olyckor och brott.
11. Beakta upphovsrätten vad avser text och ljud och bild.
12. Ange källan när en framställning huvudsakligen bygger på annans sakuppgifter.

Bilaga 3

Spelregler för press, radio och tv, 2007.

Pressens samarbetsnämnd, *Spelregler för press, radio, TV*, 16 ed. (Stockholm: TU, 2007). 7-11

I. Publicitetsregler:

Ge korrekta nyheter

1. Massmediernas roll i samhället och allmänhetens förtroende för dessa medier kräver korrekt och allsidig nyhetsförmedling
2. Var kritisk mot nyhetskällorna. Kontrollera sakuppgifter så noggrant som omständigheterna medger, även om de tidigare har publicerats. Ge läsaren/mottagaren möjlighet att skilja mellan faktaredovisning och kommentarer.
3. Löpsedel, rubrik och ingress skall ha täckning i texten.
4. Slå vakt om den dokumentära bilden. Var noga med att bilder och grafiska illustrationer är korrekta och inte utnyttjas på ett missvisande sätt.

Var generös med bemötanden

5. Felaktig sakuppgift skall rättas, när det är påkallat. Den som gör anspråk på att bemöta ett påstående skall, om det är befogat, beredas tillfälle till genmäle. Rättelse och genmäle skall i lämplig form publiceras utan dröjsmål och på så sätt att de kan uppmärksammas av dem som har fått del av de ursprungliga uppgifterna. Observera att ett genmäle inte alltid kräver en redaktionell kommentar.
6. Publicera utan dröjsmål Pressens Opinionsnämnds klandrande uttalanden i fall som rör den egna tidningen.

Respektera den personliga integriteten

7. Överväg noga publicitet som kan kränka privatlivets helgd. Avstå från sådan publicitet om inte ett uppenbart allmänintresse kräver offentlig belysning.
8. Iaktta stor försiktighet vid publicering av självmord och självmordsförsök, särskilt av hänsyn till anhörige och vad ovan sagts om privatlivets helgd.
9. Visa alltid offren för brott och olyckor största möjliga hänsyn. Pröva noga publicering av namn och bild med hänsyn tagen till offren och deras anhöriga.
10. Framhäv inte berörda personers etniska ursprung, kön, nationalitet, yrke, politisk tillhörighet, religiös åskådning eller sexuell läggning om det saknar betydelse i sammanhanget och är missaktande.

Var varsam med bilder

11. Vad som i dessa regler sägs gäller i tillämpliga delar även om bildmaterial.
12. Bildmontage, retuschering på elektronisk väg eller bildtext får ej utformas så att det vilseleder eller lurar läsaren. Ange alltid i direkt anslutning till bilden om den är förändrad genom montage eller retusch. Detta gäller även vid arkivering.

Hör båda sidor

13. Sträva efter att ge personer, som kritiseras i faktaredovisande material, tillfälle att bemöta kritiken samtidigt. Sträva också efter att återge alla parter ståndpunkter. Var uppmärksam på att anmälningar av olika slag kan ha till enda syfte att skada den som blivit anmäld.
14. Tänk på att en person, misstänkt för brott, i lagens mening alltid betraktas som oskyldig om fällande dom inte föreligger. Den slutliga utgången av en skildrad rättssak bör redovisas.

Var försiktig med namn

15. Överväg noga konsekvenserna av en namnpublicering som kan skada människor. Avstå från sådan publicering om inte ett uppenbart allmänintresse kräver att namn anges.
16. Om inte namn anges undvik att publicera bild eller uppgift om yrke, titel, ålder, nationalitet, kön eller annat, som gör en identifiering möjlig.
17. Observera att hela ansvaret för namn- och bildpublicering faller på den som återger materialet.

II. Yrkesregler

Journalistens integritet

1. Ta inte i tjänsten emot journalistiska uppdrag av personer utanför den redaktionella ledningen.
2. Acceptera inte uppdrag, inbjudan, gåva, gratisresa eller annan förmån - och ingå inte avtal eller andra förbindelser - som kan misstänkliggöra ställningen som fri och självständig journalist.
3. Ge inte efter för påtryckningar från utomstående i avsikt att hindra eller inskränka berättigad publicitet.
4. Använd inte ställningen som journalist, eller presskortet, till att utöva påtryckningar för egen eller andras vinning eller till att skaffa privata förmåner.

5. Utnyttja inte för egen eller andras vinning opublicerade nyheter beträffande de ekonomiska förhållanden eller åtgärder hos stat, kommuner, organisationer, företag eller enskilda
6. Beakta journalistavtalets bestämmelse om att medarbetare inte får åläggas att skriva mot sin övertygelse eller utföra förödmjukande uppdrag.

Anskaffning av material

7. Tillmötesgå rimliga önskemål från intervjuade personer om att i förväg få veta hur och var deras uttalanden återges.
8. Visa särskild hänsyn mot ovana intervjuobjekt. Upplys den intervjuade om huruvida samtalet är avsett för publicering eller enbart för information.
9. Förfälska inte intervjuer eller bilder
10. Visa hänsyn vid fotograferingsuppdrag samt vid anskaffning av bilder, särskilt i samband med olyckor och brott.
11. Beakta upphovsrätten vad avser text och bild och ljud.
12. Ange källan när en framställning huvudsakligen bygger på annans sakuppgifter.

Bilaga 4

Spelregler för press radio och TV

Hämtat från:

<https://medieombudsmannen.se/det-har-ar-medieombudsmannen/publicitetsreglerna-grunden-i-det-medieetiska-systemet/> och <https://www.sjf.se/yrkesfragor/yrkesetik/yrkesetiska-regler>

Publicitetsregler.

Ge korrekta nyheter

1. Massmediernas roll i samhället och allmänhetens förtroende för dessa medier kräver korrekt och allsidig nyhetsförmedling.
2. Kontrollera sakuppgifter så noggrant som omständigheterna medger, även om de tidigare har publicerats. Ge läsaren/mottagaren möjlighet att skilja mellan faktaredovisning och kommentarer.
3. Kravet på saklighet gäller alla delar av en publicering, såväl innehåll som form och presentation.
4. Slå vakt om den dokumentära bilden. Var noga med att bilder och grafiska illustrationer är korrekta och inte används på ett missvisande sätt.

Var generös med bemötanden

5. Felaktig sakuppgift ska rättas, när det är påkallat. Den som gör anspråk på att bemöta ett påstående ska, om det är befogat, beredas tillfälle till genmäle. Rättelse och genmäle ska publiceras utan dröjsmål och på så sätt att de kan uppmärksammas av dem som har fått del av de ursprungliga uppgifterna. Observera att ett genmäle inte alltid kräver en redaktionell kommentar.
6. Uttalanden från Mediernas Etiknämnd bör publiceras enligt de riktlinjer som Medieetikens Förvaltningsorgan (MEFO) fastställer. Klandrat massmedium ska erlägga fastställd expeditonsavgift.

Respektera enskildas privatliv

7. Överväg noga publicitet som kan kränka enskildas privatliv. Avstå från sådan publicitet om inte ett uppenbart allmänintresse kräver offentlig belysning.
8. Iaktta stor försiktighet vid rapportering om självmord och självmordsförsök särskilt av hänsyn till anhöriga och vad ovan sagts om respekt för enskildas privatliv.
9. Visa alltid offren för brott och olyckor största möjliga hänsyn. Pröva noga publicering av namn och bild med hänsyn tagen till offren och deras anhöriga.

10. Framhäv inte berörda personers etniska ursprung, kön, nationalitet, yrke, politisk tillhörighet, religiös åskådning eller sexuell läggning om det saknar betydelse i sammanhanget och är missaktande.

Var varsam med bilder

11. Vad som i dessa regler sägs gäller i tillämpliga delar även om bildmaterial.
12. Tänk på att bildmontage eller förändring av bilder kan uppfattas som vilseledande. Ange alltid tydligt om en bild förändrats.

Hör båda sidor

13. Sträva efter att ge personer, som kritiserats i faktaredovisande material, tillfälle att bemöta kritiken samtidigt. Sträva också efter att återge alla parter ståndpunkter. Var uppmärksam på att anmälningar av olika slag kan ha till enda syfte att skada den som blivit anmäld.
14. Tänk på att en person, misstänkt för brott, i lagens mening alltid betraktas som oskyldig om fällande dom inte föreligger. Den slutliga utgången av en skildrad rättssak bör redovisas.

Var försiktig med namn

15. Överväg noga konsekvenserna av en namnpublicering som kan skada människor. Avstå från sådan publicering om inte ett uppenbart allmänintresse kräver att namn anges.
16. Om inte namn anges undvik att publicera bild eller uppgift om yrke, titel, ålder, nationalitet, kön eller annat, som gör en identifiering möjlig.
17. Observera att hela ansvaret för namn- och bildpublicering faller på den som återger materialet.

Yrkesetiska regler.

Journalistens integritet

1. Ta inte emot journalistiska uppdrag av personer utanför en redaktionell ledning.
2. Acceptera inte uppdrag, inbjudan, gåva, gratisresa eller annan förmån – och ingå inte avtal eller andra förbindelser – som kan misstänkliggöra din ställning som fri och självständig journalist.
3. Ge inte efter för påtryckningar från utomstående i avsikt att hindra eller inskränka berättigad publicitet eller i avsikt att skapa publicitet som inte är journalistiskt motiverad.

4. Använd inte din ställning som journalist, eller presskortet, till att utöva påtryckning för egen eller andras vinning eller till att skaffa privata förmåner.
5. Utnyttja inte för egen eller andras vinning opublicerade nyheter beträffande ekonomiska förhållanden eller åtgärder hos stat, kommuner, organisationer, företag eller enskilda.
6. Beakta journalistavtalens bestämmelse om att medarbetare inte får åläggas att utföra uppdrag som är förödmjukande eller som står i strid med medarbetarens övertygelse.

Anskaffning av material

7. Visa särskild hänsyn mot ovana intervjupersoner. Uppllys den intervjuade om huruvida samtal och annat material är avsett för publicering. Var försiktig med att återge uttalanden och annat material som icke-offentliga personer har publicerat i sociala medier.
8. Tillmötesgå rimliga önskemål från intervjuade personer om att i förväg få veta hur och var deras uttalanden återges.
9. Förfälska inte intervjuer eller bilder.
10. Visa hänsyn vid fotograferingsuppdrag, anskaffning av bilder och annat material, särskilt i samband med olyckor och brott.
11. Dold kamera och annan dold inspelning, som görs i syfte att publiceras, bör användas endast i undantagsfall, efter noga övervägande och när en journalistisk bedömning gjorts att informationen inte går att få på annat sätt. Före publicering ska de berörda så långt det är möjligt informeras om att den dolda inspelningen skett och varför den gjorts.
12. Respektera upphovsrätten vad avser text och bild och ljud.
13. Ange källan när en framställning huvudsakligen bygger på annans sakuppgifter.

Bilaga 5

Sändningstillstånd SVT 1997-2001.

Hämtat från:

<https://www.regeringen.se/contentassets/2b9de41b8bc84bd8b198738e59421b96/radio-och-tv-i-allmanhetens-tjanst---ett-beredningsunderlag/>

Sändningstillstånd för Sveriges Television AB

KULTURDEPARTEMENTET

1996-12-12

TILLSTÅND ATT SÄNDA TELEVISION

Tillståndets innebörd, tid och upphörande

Sveriges Television AB (SVT) har till uppgift att bedriva marksänd TV-verksamhet i allmänhetens tjänst. Verksamheten skall bedrivas självständigt i förhållande till staten, olika intresseorganisationer och andra maktgrupper i samhället.

SVT meddelas tillstånd att sända rikstäckande television i enlighet med 2 kap. 2 § första stycket radio- och TV-lagen (1996:844). Sändningstillståndet innebär rätt att i hela landet, under hela dygnet samtidigt sända två program. SVT medges även rätt att sända tilläggstjänster i den utsträckning som behövs för programverksamheten (t.ex. osynlig programidentifikation).

Att samtidigt sända rikstäckande program innebär rätt att dela upp sändningen i regionala sändningar.

Tillståndet träder i kraft den 1 januari 1997 och gäller till och med den 31 december 2001. Samtidigt upphör SVT:s nu gällande sändningstillstånd.

I enlighet med bestämmelserna i 3 kap. 7 § andra stycket radio- och TV-lagen förlängs tillståndet på oförändrade villkor med ytterligare fyra år, om tillståndshavaren önskar det och regeringen inte senast två år före tillståndstidens utgång meddelat att tillståndet inte kommer att förlängas eller att regeringen önskar förändra villkoren.

Detta tillstånd kan återkallas enligt bestämmelserna i 11 kap. 1 och 2 §§ radio- och TV-lagen.

Bestämmelserna i radio- och TV-lagen gäller för sändningarna.

Villkor för sändningsrätten

Regeringen föreskriver att sändningstillståndet skall förenas med följande villkor, vilka SVT godtagit, enligt 3 kap. 8 § radio- och TV-lagen.

*Allmänna bestämmelser***1 §**

Sändningsrätten skall utövas opartiskt och sakligt samt med beaktande av att en vidsträckt yttrandefrihet och informationsfrihet skall råda i televisionen.

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

2 §

SVT skall samtidigt sända två TV-program samt text-TV-sändningar till hela landet. Att sända till hela landet innebär att minst 99,8 % av den fast bosatta befolkningen skall kunna ta emot sändningarna. Vill SVT uppfylla en del av denna skyldighet genom att sända över satellit skall regeringens medgivande inhämtas.

3 §

SVT skall bereda utrymme för sändningar av utbildningsprogram och text-TV från Sveriges Utbildningsradio AB (se även SVT:s anslagsvillkor).

4 §

SVT skall utforma sändningarna på sådant sätt att de inte endast kan tas emot av en begränsad del av allmänheten i sändningsområdet.

5 §

SVT skall använda analog utsändningsteknik vid sändning av bild och ljud. SVT får även sända ljud och text-TV med digital teknik.

Den tekniska kvaliteten på sändningarna skall vara hög. Sändningarna skall ske med så god säkerhet att eventuella sändningsavbrott blir så korta som möjligt. Verksamheten skall utformas så att den inte understiger de kvalitets- och säkerhetsnivåer som sammantaget rådde för programproduktion och utsändning under år 1996.

För det fall riksdagen fattar beslut om utbyggnad av markbundna digitala sändningar skall överläggningar om bolagets medverkan i denna utbyggnad inledas.

6 §
SVT skall köpa utsändningstjänster för sändningar från TERACOM Svensk Rundradio AB.

Innehållet i sändningarna

7 §
SVT skall ta hänsyn till televisionens särskilda genomslagskraft när det gäller programmens ämnen och utformning samt tiden för sändning av programmen.

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

8 §
Den enskildes privatliv skall respekteras i programverksamheten om inte ett oavvisligt allmänt intresse kräver annat.

9 §
SVT skall erbjuda ett mångsidigt programutbud som kännetecknas av hög kvalitet.

Programmen skall utformas så att de genom tillgänglighet och mångsidighet i skälig omfattning tillgodoser skiftande behov och intressen hos landets befolkning. Även mindre gruppers intressen skall i görlig mån tillgodoses vid tidpunkter då en stor del av befolkningen har möjlighet att se programmen.

Programutbudet skall som helhet präglas av folkbildningsambitioner. Det skall utformas så att utrymme ges åt en mångfald av olika åsikter och meningsriktningar och så att hänsyn tas till olika förutsättningar hos befolkningen. SVT skall i skälig omfattning tillgodose olika intressen i fråga om bl.a. religion, kultur och vetenskap.

(Se prop. 1995/96:161 s. 45-47, 59 f, bet. 1995/96:KrU12 s. 10-19).

10 §
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.

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

SVT skall sända regionala nyhetsprogram i minst samma omfattning som under verksamhetsåret 1996.

Nyhetsförmedling och samhällsbevakning skall utgå från olika perspektiv, så att händelserna inte ensidigt värderas från Stockholms utgångspunkter.

11 §

SVT skall i sin roll som kulturbärare vidga och fördjupa sitt kulturansvar.

SVT skall bevaka och granska händelser och utveckling på kulturlivets olika områden och i samspel med det övriga kulturlivet stimulera och förmedla olika kulturaktiviteter. Programutbudet skall spegla kulturlivet i olika delar av landet.

SVT skall tillvarata och utveckla televisionens särskilda förutsättningar att ge upplevelser och stimulera fantasin och därigenom ge möjligheter till inlevelse, engagemang och förströelse.

SVT skall främja konstnärlig och kulturell förnyelse samt bedriva skapande verksamhet med konstnärliga uttrycksformer. Förnyelse av programinnehållet skall främjas.

SVT skall samarbeta med kultur- och musikinstitutioner i hela Sverige i syfte att erbjuda utsändningar av föreställningar och evenemang. Det årliga antalet samarbetsprojekt skall under tillståndsperioden öka jämfört med år 1996.

SVT skall bidra till utvecklingen av svensk filmproduktion.

12 §

SVT skall tillhandahålla ett mångsidigt utbud av program av hög kvalitet på svenska språket och tillvarata den svenska kulturen i dess vidaste bemärkelse. Program om och från de nordiska grannländerna skall sändas i syfte att stärka den nordiska kulturgemenskapen.

13 §

SVT skall tillhandahålla program som speglar det mångkulturella Sverige. Programutbudet skall spegla olika länders kulturkretsar.

14 §

SVT är skyldig att beakta språkliga och etniska minoriteters behov. Samiska, finska och tornedalsfinska skall inta en särställning.

I fråga om verksamhet på invandrar- och minoritetsspråk får SVT, Sveriges Radio AB (SR) och Sveriges Utbildningsradio AB (UR) sams om fördela ansvaret för olika slags insatser.

15 §

SVT skall ägna ökad uppmärksamhet åt program för och med barn och ungdomar.

Program för och med barn och ungdomar skall förmedla nyheter och information samt kulturella och konstnärliga upplevelser. SVT skall ta särskild hänsyn till de språkliga behoven hos barn som tillhör språkliga eller etniska minoritetsgrupper.

16 §

Det distriktsproducerade utbudet bör både spegla respektive områdes särprägel och egenart och på ett mer allmänt sätt bidra till mångfalden i programverksamheten.

Omfattningen av utomstående medverkan i programproduktionen skall under tillståndsperioden öka jämfört med år 1996.

SVT skall under tillståndsperioden öka antalet utläggningar av produktionsuppdrag, samproduktioner och inköp av färdiga program producerade av personer bosatta i Sverige.

17 §

SVT skall se till att språkvårdsfrågor beaktas i programverksamheten.

18 §

SVT är skyldig att beakta funktionshindrades behov. Program skall även produceras för speciella målgrupper. Genom att utnyttja befintlig och ny teknik skall SVT under tillståndsperioden öka möjligheterna för funktionshindrade att ta del av programmen.

Ifråga om program om och för funktionshindrade får SVT, SR och UR sams om fördela ansvaret för olika slags insatser.

19 §

SVT skall kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det. SVT skall tillse att meddelandet ges en lämplig utformning och att det inte genom sin omfattning eller på annat sätt inverkar menligt på programverksamheten.

20 §

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.

Genmåle

21 §

Den som har befogat anspråk på att bemöta ett påstående skall beredas tillfälle till genmåle. Begäran om genmåle skall behandlas skyndsamt. Bifalls begäran om genmåle, skall ett genmåle sändas så snart det kan ske i eller i anslutning till program av samma eller likartad karaktär som det som anmärkningen avser.

Om en skriftlig begäran om genmåle har avslagits av SVT skall bolaget dels lämna information till den berörde om förutsättningarna för att hos Granskningsnämnden anmäla bolagets beslut eller dess handläggning av ärendet, dels underrätta Granskningsnämnden om sitt beslut. Ett beslut om avslag skall innehålla uppgifter om skälen för avslaget.

Underrättelse till Granskningsnämnden behöver dock endast göras om begäran gjorts skriftligen och av någon som saken rör. Bestämmelserna i detta stycke gäller endast i fråga om sådan begäran om genmåle som har kommit in till bolaget inom sex månader efter sändningen av det program som anmärkningen avser.

Villkor för reklam och sponsring

22 §

SVT får inte sända reklam. Förbudet omfattar inte sponsringsmeddelanden, reklam för egen programverksamhet, utbildningsmaterial eller andra liknande produkter med direkt anknytning till programmen.

23 §

SVT får inte sända sådana sponsrade program där sponsorbidraget har tillfallit SVT direkt eller medfört att SVT:s kostnader för programmet påtagligt har minskat.

Utan hinder av första stycket får sponsring förekomma

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

SVT får inte sända sponsrade program som huvudsakligen vänder sig till barn under 12 år.

24 §

Bestämmelser om sponsringsmeddelande finns i 7 kap. 8 § första stycket radio- och TV-lagen.

En sponsors logotyp får användas endast om det kan ske utan risk för förväxling med tjänst eller vara som sponsorn erbjuder till försäljning. Sponsringsmeddelandet, som skall vara kort, får inte åtföljas av musik och skall även i övrigt ges en neutral utformning.

Om, utan att det är fråga om sponsring enligt 23 § första stycket, bidrag till finansieringen av programmet lämnats av någon som inte är engagerad inom radio eller TV eller med att framställa audiovisuella verk, skall upplysning om detta lämnas i enlighet med bestämmelsen i 7 kap. 8 §. Sådan upplysning behöver dock inte lämnas om uppgiften inte kan erhållas utan svårighet eller det är uppenbart att den skulle sakna betydelse för tittarna.

Bilaga 6

Sändningstillstånd SVT 2002-2005.

Hämtat från:

<https://www.regeringen.se/contentassets/3ee7f8ef9ba244c5a5ab61c0dba7b182/radio-och-tv-i-allmanhetens-tjans-t---riktlinjer-for-en-ny-tillstandsperiod---kapitel-6-t.o.m.-kapitel-17-reservationer-och-sarskilt-yttrande-litteratur-aforteckning>

Bilaga 6

Sändningstillstånd för Sveriges Television AB

Kulturdepartementet 2001-12-20

Tillståndets innebörd, tid och upphörande

Sveriges Television AB (SVT) har till uppgift att bedriva TV-verksamhet i allmänhetens tjänst. Verksamheten skall bedrivas självständigt i förhållande till såväl staten som olika ekonomiska, politiska och andra intressen och maktsfärer i samhället.

SVT meddelas tillstånd att sända rikstäckande television i enlighet med 2 kap. 2 § första stycket radio- och TV-lagen (1996:844). Sändningstillståndet innebär rätt att i hela landet, under hela dygnet samtidigt sända två program. Att samtidigt sända rikstäckande program innebär rätt att dela upp sändningen i regionala sändningar. Se också SVT:s sändningstillstånd för digital marksänd TV.

Tillståndet träder i kraft den 1 januari 2002 och gäller till och med den 31 december 2005. Samtidigt upphör SVT:s nu gällande sändningstillstånd.

I enlighet med bestämmelserna i 3 kap. 7 § andra stycket radio- och TV-lagen förlängs tillståndet på oförändrade villkor med ytterligare fyra år, om tillståndshavaren önskar det och regeringen inte senast två år före tillståndstidens utgång meddelat att tillståndet inte kommer att förlängas eller att regeringen önskar förändra villkoren.

Detta tillstånd kan återkallas enligt bestämmelserna i 11 kap. 1 och 2 §§ radio- och TV-lagen.

Villkor för sändningsrätten

Regeringen föreskriver att sändningstillståndet skall förenas med följande villkor, vilka SVT godtagit, enligt 3 kap. 8 § radio- och TV-lagen.

323

Allmänna bestämmelser

1 §

SVT skall samtidigt sända två TV-program till hela landet. Att sända till hela landet innebär att minst 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen skall kunna ta emot sändningarna. Vill SVT uppfylla en del av denna skyldighet genom att sända över satellit skall regeringens medgivande inhämtas.

2 §

SVT skall bereda utrymme för sändningar av utbildningsprogram och text-TV från Sveriges Utbildningsradio AB (se även SVT:s anslagsvillkor).

3 §

SVT skall utforma sändningarna på sådant sätt att de inte endast kan tas emot av en begränsad del av allmänheten i sändningsområdet.

4 §

SVT skall använda analog utsändningsteknik vid sändning av bild och ljud. SVT får även sända ljud och text-TV med digital teknik.

Den tekniska kvaliteten på sändningarna skall vara hög. Sändningarna skall ske med så god säkerhet att eventuella sändningsavbrott blir så korta som möjligt. Verksamheten skall utformas så att den inte understiger de kvalitets- och säkerhetsnivåer som sammantaget rådde för programproduktion och utsändning under år 2001.

5 §

SVT skall köpa utsändningstjänster för analoga marksändningar från Teracom AB.

Innehållet i sändningarna

6 §

Sändningsrätten skall utövas opartiskt och sakligt samt med beaktande av att en vidsträckt yttrandefrihet och informationsfrihet skall råda i televisionen.

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

7 §

Den enskildes privatliv skall respekteras i programverksamheten om inte ett oavvisligt allmänt intresse kräver annat.

8 §

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. Programutbudet skall spegla förhållanden i hela landet och som helhet präglas av folkbildningsambitioner. SVT skall beakta programverksamhetens betydelse för den fria åsiktsbildningen och utrymme skall ges åt en mångfald av åsikter och meningsriktningar. SVT skall i skälig omfattning tillgodose olika intressen i fråga om bl.a. religion, kultur och vetenskap.

(Se prop. 2000/01:94 s. 30-35, bet. 2000/01:KrU8 s. 19-23)

9 §

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.

10 §

Nyhetsverksamheten i SVT 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.

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.

SVT skall sända regionala nyhetsprogram i minst samma omfattning som under verksamhetsåret 2001.

Nyhetsförmedling och samhällsbevakning skall ha olika perspektiv, så att händelser speglas utifrån olika geografiska, sociala och andra utgångspunkter.

11 §

SVT skall i sin roll som kulturbärare 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.

SVT skall tillvarata och utveckla televisionens särskilda förutsättningar att ge upplevelser och stimulera fantasin och därigenom ge möjligheter till inlevelse, engagemang och förströelse.

Nyskapande programinnehåll skall främjas, i såväl inköp som i SVT:s egen skapande verksamhet. SVT skall 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 skall under tillståndsperioden öka jämfört med år 2001.

SVT skall bidra till utvecklingen av svensk filmproduktion.

SVT skall tillhandahålla ett mångsidigt utbud som speglar de olika kulturer som finns i Sverige. 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.

12 §

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.

13 §

SVT skall ta hänsyn till televisionens särskilda genomslagskraft när det gäller programmens ämnen och utformning samt tiden för sändning av programmen.

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

14 §

SVT skall beakta funktionshindrades behov. Program skall även produceras för speciella målgrupper. SVT:s insatser för att göra programmen tillgängliga för funktionshindrade skall 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 skall vara att uppläst textremsa kan erbjudas under tillståndsperioden.

I fråga om program om och för funktionshindrade får SVT, Sveriges Radio (SR) och Sveriges Utbildningsradio (UR) sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser.

Inriktningen på programverksamheten för döva skall vara att sända främst nyheter, information och kulturprogram på teckenspråk. Barn och ungdomar skall särskilt prioriteras.

15 §

SVT skall beakta språkliga och etniska minoriteters intressen. SVT:s insatser på detta område skall öka under tillståndsperioden jämfört med år 2001. Minoritetsspråken samiska, finska, meänkieli och romani chib skall inta en särställning.

I fråga om verksamhet för språkliga och etniska minoriteter får SVT, SR och UR sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser.

16 §

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.

Omfattningen av utomstående medverkan och frilansmedverkan av olika slag i programproduktionen skall fortsatt hållas på en hög och jämn nivå.

SVT skall under tillståndsperioden inte prioritera ytterligare utläggningar av produktioner. Omfattningen av utläggningar skall under tillståndsperioden uppgå till högst 2001 års nivå.

17 §

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.

18 §

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.

Genmäle

19 §

Den som har befogat anspråk på att bemöta ett påstående skall beredas tillfälle till genmäle. Begäran om genmäle skall behandlas skyndsamt. Bifalls begäran om genmäle, skall ett genmäle sändas så snart det kan ske i eller i anslutning till program av samma eller likartad karaktär som det som anmärkningen avser.

Om en skriftlig begäran om genmäle har avslagits av SVT skall bolaget lämna information till den berörde om förutsättningarna för att hos Granskningsnämnden anmäla bolagets beslut eller dess handläggning av ärendet. Ett beslut om avslag skall innehålla uppgifter om skälen för avslaget.

Villkor för reklam och sponsring

20 §

SVT får inte sända reklam. Förbudet omfattar inte sponsringsmeddelanden, reklam för egen programverksamhet eller för programverksamhet från SR och UR, utbildningsmaterial eller andra liknande produkter med direkt anknytning till programmen.

21 §

SVT får inte sända sådana sponsrade program där sponsorbidraget har tillfallit SVT direkt eller medfört att SVT:s kostnader för programmet påtagligt har minskat.

Utän hinder av första stycket får sponsring förekomma

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

SVT får inte sända sponsrade program som huvudsakligen vänder sig till barn under 12 år.

22 §

Bestämmelser om sponsringsmeddelande finns i 7 kap. 8 § första stycket radio- och TV-lagen.

En sponsors logotyp får användas endast om det kan ske utan risk för förväxling med tjänst eller vara som sponsorn erbjuder till försäljning. Sponsringsmeddelandet, som skall vara kort, får inte åtföljas av musik och skall även i övrigt ges en neutral utformning.

Om, utan att det är fråga om sponsring enligt 21 § första stycket, bidrag till finansieringen av programmet lämnats av någon som inte är engagerad inom radio eller TV eller med att framställa audiovisuella verk, skall upplysning om detta lämnas i enlighet med bestämmelsen i 7 kap. 8 §. Sådan upplysning behöver dock inte lämnas om uppgiften inte kan erhållas utan svårighet eller det är uppenbart att den skulle sakna betydelse för tittarna.

23 §

Vid sändning av reklam enligt 20 § behöver inte reklamslagen omges av ljud- och bildsignaturer enligt 7 kap. 1 § första stycket radio- och TV-lagen eller vara minst en minut långa enligt 7 kap. 6 §.

Villkor för verksamheten under höjd beredskap och vid svåra påfrestningar på samhället i fred.

24 §

SVT skall, efter samråd med Teracom AB, Styrelsen för psykologiskt försvar (SPF) och andra berörda myndigheter, utarbeta beredskapsplaner för verksamheten under höjd beredskap och vid svåra påfrestningar på samhället i fred. Beredskapsplanerna skall

Årligen före den 1 mars lämnas till regeringen (Kulturdepartementet) och till SPF för kännedom.

Om högsta beredskap råder i landet skall SVT utgöra en självständig organisation med totalförsvarsuppgifter och lyda direkt under regeringen. UR:s resurser skall i en sådan situation tillföras SVT och SR. Om höjd beredskap råder i landet får regeringen förordna att vad som sägs i första meningen i detta stycke skall gälla.

De bestämmelser om bolagets programverksamhet som intagits i tillståndsvillkor och anslagsvillkor för bolaget skall vara vägledande också för den verksamhet som bedrivs under höjd beredskap och vid svåra påfrestningar på samhället i fred.

25 §

SVT skall på sina leverantörer av tjänster för utsändning och programinsamling ställa de krav som är nödvändiga för att uppfylla de säkerhets- och beredskapskrav som företaget åläggs av regeringen. En hög säkerhet och uthållighet i distributionen av radio och TV skall eftersträvas.

Bilaga 7

Sändningstillstånd SVT 2007-2009.

Hämtat från: https://ec.europa.eu/competition/state_aid/reform/comments_broadcasting/spsb_annex2.pdf

Appendix 2. The Charter issued to Sveriges Television AB for the period 2007-2009.

Bilaga

SÄNDNINGSTILLSTÅND FÖR SVERIGES TELEVISION AB

Utbildnings- och kulturdepartementet 2006-12-21

Tillståndets innebörd, tid och upphörande

Sveriges Television AB (SVT) har till uppgift att bedriva TV-verksamhet i allmänhetens tjänst. Verksamheten skall präglas av oberoende och stark integritet och bedrivs självständigt i förhållande till såväl staten som olika ekonomiska, politiska och andra intressen och maktsfärer i samhället.

SVT meddelas tillstånd att sända rikstäckande television i enlighet med 2 kap. 2 § första stycket radio- och TV-lagen (1996:844). Sändningstillståndet ger SVT följande rättigheter avseende sändningar med digital sändningsteknik:

1. Att sända televisionsprogram i hela landet.
2. Att tillsammans med Sveriges Utbildningsradio AB sända televisionsprogram under hela dygnet och att därvid använda all tillgänglig överföringskapacitet i en frekvenskanal.
3. Att för sändning av televisionsprogram använda överföringskapacitet som upplåtits av annan även om den sammanlagda kapaciteten överstiger vad som ovan anges.
4. Att upplåta överföringskapacitet till annan tillståndshavare.
5. Att sända så många samtidiga programtjänster som den tillgängliga överföringskapaciteten medger.

Att sända rikstäckande program innebär rätt att dela upp sändningen i regionala sändningar.

Tillståndet träder i kraft den 1 januari 2007 och gäller till och med den 31 december 2009. Samtidigt upphör SVT:s nu gällande sändningstillstånd.

Detta tillstånd kan återkallas enligt bestämmelserna i 11 kap. 1 och 2 §§ radio- och TV-lagen.

Villkor för sändningsrätten

Regeringen föreskriver att sändningstillståndet skall förenas med följande villkor, vilka SVT godtagit enligt 3 kap. 8 § radio- och TV-lagen.

Allmänna bestämmelser

1 §

SVT skall samtidigt sända SVT1 och SVT2 samt två ytterligare programtjänster till hela landet. Att sända till hela landet innebär efter det att SVT:s analoga sändningar helt har upphört att minst 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen skall kunna ta emot sändningarna. Dessförinnan skall de digitala marksändningarna i de områden där SVT inte längre bedriver sändningar med analog teknik ha samma räckvidd som SVT:s analoga marksändningar hade när dessa upphörde.

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

2 §

SVT skall bereda utrymme för sändningar av utbildningsprogram och text-TV från Sveriges Utbildningsradio AB (se även SVT:s anslagsvillkor).

3 §

SVT skall utforma sändningarna på sådant sätt att de inte endast kan tas emot av en begränsad del av allmänheten i sändningsområdet.

4 §

SVT skall använda digital utsändningsteknik för marksändningar. SVT får även sända ut programmen över satellit så att de blir möjliga att ta emot i hela Sverige. SVT skall använda analog utsändningsteknik i enlighet med kompletterande sändningstillstånd. Den tekniska kvaliteten på sändningarna skall vara hög.

SVT skall samverka i tekniska frågor med övriga innehavare av tillstånd att sända television med digital sändningsteknik (tillståndshavare). SVT skall ingå avtal med Boxer TV-Access AB, organisationsnummer 556548-1131 (Boxer) om att Boxer själv eller genom annan skall sända en elektronisk programguide där samtliga tillståndshavares programutbud presenteras på ett likvärdigt sätt. Om SVT sänder tjänster för vilka det krävs att mottagaren använder en styrprogramvara (Application Programme Interface, API) skall en standard som är upptagen i Europeiska kommissionens förteckning över standarder och/eller specifikationer för elektroniska kommunikationsnät, kommunikationstjänster och tillhörande faciliteter och tjänster användas.

Innehållet i sändningarna

5 §

Sändningsrätten skall utövas opartiskt och sakligt samt med beaktande av att en vidsträckt yttrandefrihet och informationsfrihet skall råda i televisionen.

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

6 §

Den enskildes privatliv skall respekteras i programverksamheten om inte ett oavvisligt allmänt intresse kräver annat.

7 §

SVT skall erbjuda ett mångsidigt programutbud som omfattar allt från det breda anslaget till mer särpräglade programtyper. Hög kvalitet och nyskapande form och innehåll skall utmärka programverksamheten.

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

8 §

SVT har ett särskilt ansvar för det svenska språket och dess ställning i samhället. Språkvårdsfrågor skall beaktas i verksamheten. SVT skall tillhandahålla ett mångsidigt utbud av program av hög kvalitet på det svenska språket.

9 §

Nyhetsverksamheten i SVT 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.

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.

SVT skall sända regionala nyhetsprogram.

10 §

SVT skall erbjuda ett mångsidigt kulturutbud av hög kvalitet.

SVT skall bevaka, spegla och kritiskt granska händelser på kulturlivets olika områden i Sverige och i andra länder. Det utländska programutbudet skall spegla olika kulturkretsar och innehålla program från olika delar av världen. Program om och från de nordiska grannländerna skall sändas i syfte att stärka den nordiska kulturgemenskapen.

SVT skall, självt och i samarbete med utomstående producenter och utövare i det svenska kulturlivet, svara för en omfattande produktion av kulturprogram i vid mening och då särskilt på det svenska språket. Särskild vikt skall läggas vid dramaproduktion av hög kvalitet. En viktig del är att spegla de många olika kulturer och kulturyttringar som finns i Sverige.

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

SVT skall bidra till utvecklingen av svensk filmproduktion.

11 §

SVT skall erbjuda ett varierat utbud av program av hög kvalitet för och med barn och unga. Programmen skall på barns och ungdomars egna villkor förmedla nyheter och fakta samt kulturella och konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen. SVT skall ha en omfattande nyproduktion och egen produktion av program i olika genrer för barn och unga.

SVT skall särskilt utveckla programverksamheten för de äldre barnen och ungdomarna. SVT skall ta särskild hänsyn till de språkliga behoven hos barn och ungdomar som tillhör språkliga eller etniska minoritetsgrupper, liksom till barn och ungdomar som har teckenspråk som första språk.

12 §

SVT skall ta hänsyn till televisionens särskilda genomslagskraft när det gäller programmens ämnen och utformning samt tiden för sändning av programmen.

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

13 §

SVT skall beakta funktionshindrades behov. Ambitionsnivån när det gäller funktionshindrades möjligheter att tillgodogöra sig SVT:s utbud skall höjas och tillgängligheten förbättras i syfte att arbeta mot det långsiktiga målet att hela utbudet görs tillgängligt för alla medborgare. Tillgängligheten till program för barn och unga skall prioriteras särskilt. Program skall även produceras för speciella målgrupper.

SVT skall ha en dialog med de berörda grupperna.

I fråga om program om och för funktionshindrade får SVT, Sveriges Radio AB (SR) och Sveriges Utbildningsradio AB (UR) sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser.

SVT:s programverksamhet för döva skall ha minst samma omfattning och ambitionsnivå för sändningarna på teckenspråk som under den föregående tillståndsperioden. Inriktningen på programverksamheten för döva skall vara att sända främst nyheter, information och kulturprogram på teckenspråk. Barn och ungdomar skall särskilt prioriteras.

Vid tillståndensperiodens slut skall minst 65 procent av sändningstiden för SVT:s förstagångssändningar med svenskt ursprung vara textad i SVT1 och SVT2. Avseende SVT:s övriga programtjänster skall företaget arbeta för att tillgängligheten skall förbättras. SVT skall vid utformningen av sändningarna beakta att bakgrunds ljud kan försämra möjligheten för personer med hörselnedsättning att ta del av utbudet.

14 §

SVT skall beakta språkliga och etniska minoriteters intressen. Verksamheten skall vara ett prioriterat område. Tillgängligheten skall förbättras. Minoritetsspråken samiska, finska, meänkieli och romani chib skall inte ha en särställning. SVT skall ha en dialog med de berörda grupperna.

I fråga om verksamhet för språkliga och etniska minoriteter får SVT, SR och UR sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser.

15 §

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

16 §

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.

Genmäle

17 §

Den som har befogat anspråk på att bemöta ett påstående skall beredas tillfälle till genmäle. Begäran om genmäle skall behandlas skyndsamt. Bifalls begäran om genmäle, skall ett genmäle sändas så snart det kan ske i eller i anslutning till program av samma eller likartad karaktär som det som anmärkningen avser.

Om en skriftlig begäran om genmäle har avslagits av SVT skall bolaget lämna information till den berörde om förutsättningarna för att hos Granskningsnämnden för radio och TV anmäla bolagets beslut eller dess handläggning av ärendet. Ett beslut om avslag skall innehålla uppgifter om skälen för avslaget.

Villkor för reklam och sponsring

18 §

SVT får inte sända reklam. Förbudet omfattar inte sponsringsmeddelanden, reklam för egen programverksamhet eller för programverksamhet från SR och UR, utbildningsmaterial eller andra liknande produkter med direkt anknytning till programmen.

19 §

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

Utan hinder av första stycket får sponsring förekomma

- i SVT:s sändningar i samband med sportevenemang,

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

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

SVT får sända sådana indirekt sponsrade program

- som framställs eller har framställts i samarbete med någon annan som fått bidrag från utomstående för sin andel av produktionen, om SVT:s insatser minst motsvarar värdet av erhållna rättigheter,

- där SVT köpt en visningsrätt till ett färdigproducerat eller icke färdigproducerat program som fått bidrag, eller som senare får bidrag från utomstående, om SVT betalat ett marknadsmässigt pris för rättigheterna, och

- som framställs eller har framställts av programföretag i ett annat land inom ramen för åtagande gentemot EBU där bidrag till produktionen lämnats från utomstående.

Sträng restriktivitet skall råda när det gäller indirekt sponsrade program som vänder sig till barn under 12 år.

20 §

Bestämmelser om sponsringsmeddelande finns i 7 kap. 8 § första stycket radio- och TV-lagen.

En sponsors logotyp får användas endast om det kan ske utan risk för förväxling med tjänst eller vara som sponsorn erbjuder till försäljning. Sponsringsmeddelandet, som skall vara kort, får inte åtföljas av musik och skall även i övrigt ges en neutral utformning.

21 §

Vid sändning av reklam enligt 18 § behöver inte reklaminslagen omges av ljud- och bildsignaturer enligt 7 kap. 1 § första stycket radio- och TV-lagen eller vara minst en minut långa enligt 7 kap. 6 §.

Beredskaps- och säkerhetsfrågor

22 §

SVT skall upprätthålla en hög säkerhet för produktion och distribution. Sändningarna skall ske med så god säkerhet att eventuella sändningsavbrott blir så korta som möjligt. SVT skall ställa höga krav på de leverantörer som anlitas för programinsamling och distribution av egensändningar.

23 §

SVT skall utifrån en risk- och sårbarhetsanalys analysera och värdera sändningsverksamheten så att avbrott så långt som möjligt kan undvikas. Detta arbete skall ske efter samråd med Styrelsen för psykologiskt försvar (SPF). Analysen skall resultera i beredskapsplaner vilka årligen före den 1 mars skall lämnas till regeringen (Kulturdepartementet) och till SPF och Krisberedskapsmyndigheten för kännedom.


Om högsta beredskap råder i landet skall SVT utgöra en självständig organisation med totalförsvarsuppgifter och lyda direkt under regeringen. UR:s resurser skall i en sådan situation tillföras SVT och SR. Om höjd beredskap råder i landet får regeringen förordna att vad som sägs i första meningen i detta stycke skall gälla.

De bestämmelser om bolagets programverksamhet som intagits i tillståndsvillkor och anslagsvillkor för bolaget skall vara vägledande också för den verksamhet som bedrivs under höjd beredskap och vid svåra påfrestningar på samhället i fred.

Bilaga 8

Sändningstillstånd SVT 2014-2019.


Hämtad från Kulturdepartementet


 <p>REGERINGEN</p> <p>Kulturdepartementet</p>	<p>Regeringsbeslut 83</p> <p>2013-12-19 Ku2013/2083/MFI (delvis) Ku2013/2310/MFI (delvis) Ku2013/2525/MFI</p> <p>Sveriges Television AB 105 10 Stockholm</p>
--	--

Tillstånd för Sveriges Television AB att sända tv och sökbar text-tv
1 bilaga

Regeringen meddelar Sveriges Television AB (SVT) tillstånd att sända tv och sökbar text-tv i enlighet med 4 kap. 3 § radio- och tv-lagen (2010:696). Sändningstillståndet med tillhörande villkor framgår av *bilagan*. Dessa villkor har godtagits av SVT i enlighet med 4 kap. 14 § radio- och tv-lagen.

På regeringens vägnar


Lena Adelsohn Liljeroth


Martin Persson

SÄNDNINGSTILLSTÅND FÖR SVERIGES TELEVISION AB**Kulturdepartementet 2013-12-19**

Sveriges Television AB (SVT) har till uppgift att bedriva tv-verksamhet i allmänhetens tjänst. Verksamheten ska präglas av oberoende och stark integritet och bedrivs självständigt i förhållande till såväl staten som olika ekonomiska, politiska och andra intressen och maktsfärer i samhället. Det är särskilt viktigt att SVT slår vakt om programområden som är betydelsefulla för allmänintresset.

Tillståndets innebörd, tid och upphörande

SVT meddelas tillstånd att sända rikstäckande tv och sökbar text-tv i enlighet med 4 kap. 3 § radio- och tv-lagen (2010:696). Sändningstillståndet ger SVT följande rättigheter avseende sändningar med digital sändningsteknik:

1. Att sända tv-program i hela landet.
2. Att tillsammans med Sveriges Utbildningsradio AB (UR) sända tv under hela dygnet och att därvid använda all tillgänglig överföringskapacitet i en frekvenskanal.
3. Att för tillfälliga sändningar av tv-program använda överföringskapacitet som upplåtits av annan även om den sammanlagda kapaciteten överstiger vad som ovan anges.
4. Att upplåta överföringskapacitet till annan tillståndshavare.
5. Att sända så många samtidiga programtjänster som den tillgängliga överföringskapaciteten medger.

Att sända rikstäckande program innebär rätt att dela upp sändningen i regionala sändningar.

Se också kompletterande sändningstillstånd för SVT med rätt att sända tv i hd-tv-kvalitet.

Tillståndet träder i kraft den 1 januari 2014 och gäller till och med den 31 december 2019. Samtidigt upphör SVT:s nu gällande sändningstillstånd.

Detta tillstånd kan återkallas enligt bestämmelserna i 18 kap. 1, 2 och 7 §§ radio- och tv-lagen.

Villkor för sändningsrätten

Regeringen bestämmer att sändningstillståndet ska förenas med följande villkor, vilka SVT godtagit enligt 4 kap. 14 § radio- och tv-lagen.

Allmänna bestämmelser

1 §

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

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

2 §

SVT ska sända sökbar text-tv till hela landet.

För dessa sändningar gäller 13–15 och 17–20 §§.

3 §

SVT ska bereda utrymme för sändningar av program och sökbar text-tv från UR (se även SVT:s anslagsvillkor).

4 §

SVT ska utforma sändningarna på sådant sätt att de inte bara kan tas emot av en begränsad del av allmänheten i sändningsområdet.

5 §

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

SVT ska samverka i tekniska frågor med övriga innehavare av tillstånd att sända tv-program. SVT ska ingå avtal som medför att den som utför utsändningstjänsten, eller annan aktör som överenskommit mellan SVT och övriga tillståndshavare, sänder en elektronisk programguide som presenterar de olika programtjänsterna på ett likvärdigt sätt och inte på ett oömlörligt sätt gynnar vissa företag eller finansieringsformer. Om SVT sänder tjänster för vilka det krävs att mottagaren använder en styrprogramvara (Application Programme Interface, API) ska en standard som är upptagen i Europeiska kommissionens förteckning över standarder och/eller specifikationer för elektroniska kommunikationsnät, kommunikationstjänster och tillhörande faciliteter och tjänster användas. SVT ska härutöver när det är relevant samverka med övriga innehavare av tillstånd att sända tv-program kring frågor som berör multiplexering och åtkomstkontroll.

Innehållet i sändningarna

6 §

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

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

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

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

7 §

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

Nyhetsverksamhet

8 §

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

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

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

Nyhetsförmedling och samhällsbevakning ska ha olika perspektiv, så att händelser speglas utifrån olika geografiska, sociala och andra utgångspunkter.

SVT ska sända regionala nyhetsprogram.

Kulturutbud

9 §

SVT ska erbjuda ett mångsidigt kulturutbud som ska fördjupas, utvecklas och vidgas under tillståndsperioden.

SVT ska bevaka, spegla och kritiskt granska händelser på kulturlivets olika områden i Sverige och i andra länder. Det utländska programutbudet ska spegla olika kulturkretsar och innehålla program från olika delar av världen. Program om och från de nordiska grannländerna ska sändas i syfte att stärka den nordiska kulturgemenskapen.

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

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

SVT ska bidra till utvecklingen av svensk filmproduktion.

Barn och unga

10 §

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

SVT ska särskilt utveckla programverksamheten för äldre barn och unga. SVT ska ta hänsyn till de språkliga behoven hos barn och unga som tillhör språkliga eller etniska minoritetsgrupper eller är teckenspråkiga.

Tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning

11 §

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

Program ska även produceras för särskilda målgrupper.

SVT ska ha en dialog med de berörda grupperna.

I fråga om program om och för personer med funktionsnedsättning får SVT, Sveriges Radio AB (SR) och UR sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser.

Se också regeringens beslut om tillgänglighetstjänster i SVT.

Minoritetsspråk

12 §

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

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

Hur sändningsrätten ska utövas

13 §

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

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

14 §

Den som har befogat anspråk på att bemöta ett påstående ska ges tillfälle till genmäle. En begäran om genmäle ska behandlas skyndsamt. Bifalls begäran om genmäle, ska ett genmäle sändas så snart det kan ske i eller i anslutning till program av samma eller likartad karaktär som det som anmärkningen avser.

Om en skriftlig begäran om genmäle har avslagits av SVT ska bolaget lämna information till den berörde om förutsättningarna för att hos granskningsnämnden för radio och tv anmäla bolagets beslut eller dess handläggning av ärendet. Ett beslut om avslag ska innehålla uppgifter om skälen för avslaget.

15 §

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

6

16 §

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

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

Villkor för reklam, sponsring och produktplacering

17 §

SVT får inte sända reklam. Förbudet omfattar inte reklam för egen programverksamhet eller för programverksamhet från SR och UR, utbildningsmaterial eller andra liknande produkter med direkt anknytning till programmen.

18 §

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

Utan hinder av första stycket får sponsring förekomma

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

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

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

SVT får sända sådana indirekt sponsrade program

- som framställs eller har framställts i samarbete med någon annan som fått bidrag från utomstående för sin andel av produktionen,
- där SVT köpt en visningsrätt till ett färdigproducerat eller icke färdigproducerat program som fått bidrag, eller som senare får bidrag från utomstående, och
- som framställs eller har framställts av programföretag i ett annat land inom ramen för åtagande gentemot EBU där bidrag till produktionen lämnats från utomstående.

Sträng restriktivitet ska råda när det gäller indirekt sponsrade program som vänder sig till barn under 12 år.

19 §

Bestämmelser om sponsringsmeddelande finns i 7 kap. 4–8 §§ radio- och tv-lagen.

20 §

Vid sändning av reklam enligt 17 § behöver inte reklaminslagen omges av ljud- och bildsignaturer enligt 8 kap. 5 § första stycket radio- och tv-lagen eller vara minst en minut långa enligt 8 kap. 2 §.

21 §

SVT får inte sända program där produktplacering enligt 3 kap. 1 § 10 radio- och tv-lagen förekommer.

Beredskaps- och säkerhetsfrågor

22 §

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.

23 §

SVT ska upprätthålla en hög säkerhet för produktion och distribution. Sändningarna ska ske med så god säkerhet att eventuella sändningsavbrott blir så korta som möjligt. SVT ska ställa höga krav på de leverantörer som anlitas för programinsamling och distribution av egensändningar.

24 §

SVT ska utifrån en risk- och sårbarhetsanalys analysera och värdera sändningsverksamheten så att avbrott så långt som möjligt kan undvikas. Detta arbete ska ske efter samråd med Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB). Analysen ska resultera i beredskapsplaner vilka årligen före den 1 mars ska lämnas till Regeringskansliet (Kulturdepartementet) och till MSB för kännedom.

Om högsta beredskap råder i landet ska SVT utgöra en självständig organisation med totalförsvarsuppgifter och lyda direkt under regeringen. UR:s resurser ska i en sådan situation tillföras SR och SVT. Om höjd beredskap råder i landet får regeringen förordna att vad som sägs i första meningen i detta stycke ska gälla.

De bestämmelser om bolagets programverksamhet som intagits i tillståndsvillkor och anslagsvillkor för bolaget ska vara vägledande också för den verksamhet som bedrivs under höjd beredskap och vid svåra påfrestningar på samhället i fred.

Bilaga 9

Ölandsbron 1997.

Hämtat från: <https://www.svtplay.se/video/eozmLZr/aprilskamt/4-bropelaren?position=27&id=eozmLZr>

Sven Ekberg, reporter: Det var en av de nästan 50 meter höga stora betongpelarna på själva högbrodelen som plötsligt vek sig och rasade ned i kalmarsund. Polisen håller nu på att stänga av bron för all trafik i båda riktningarna. Man stoppar även sjöfarten under bron för den stora rasrisken. Vägverket och länsstyrelsen kommer ikväll sätta in bilfärjor mellan Kalmar och Färjestaden, och mellan Oskarshamn och Byxelkrok. Kommunikationsminister Ines Uusmann är på väg i helikopter från Rosenbad till Kalmar för att informera sig om läget vid Ölandsbron just nu.

Lars-Erik Andersson, trafikpolischef: Ja, nu har vi spärrat av bron för all trafik. Och de som redan har kommit ut på bron får åka och vända på Svinölandet, och där dirigeras de till Kalmar hamnplan, och till hamnplanen i Färjestaden. Så kommer vi sätta in färja när vi får tid till det.

Sven Ekberg: Hur reagerar bilisterna?

Lars-Erik Andersson: Ja, de är ju lite chockade. Det är klart, det är ju vi också. Det har man ju aldrig tänkt att det här ska hända.

SR reporter: Det är Sveriges Radio Kalmar som bryter samtliga riksprogram för ett viktigt trafikmeddelande. En pelare under Ölandsbron har rasat. Därför är bron avstängd i båda riktningar, färjetrafiken ... (ljudet försvinner)

SR Reporter: Du befann dig alltså på bron när pelaren rasade?

Åke "Peking" Karlsson, bilist: Jahadu, jag var på väg hem ifrån stugan på Öland och hem till Norrköping då. Och kommer precis ut här på högbrodelen och märker hur det börjar gunga och rista och skaka. Ja, alltså riktigt otäckt.

SR Reporter: Vad gjorde du då?

Åke "Peking" Karlsson: Det var gasen i botten alltså, här gäller det att ta sig i land så fort som möjligt innan hela skiten kollapsar.

Sven Ekberg: En av världens främsta broexperter, professorn i armerad betong, Nils Jönsson från Lund, som är projektledare för Öresundsbron, var snabbt på plats i Kalmar idag.

Nils Jönsson: Ja, låt mig börja med att säga att jag är väldigt bekymrad. Det beror framför allt på två faktorer. Det första är att redan när man byggde bron 1972 så använde man sig utav sjövattnen, alltså saltvattnen, vid betonggjutningen. Det orsakade då korrosion, eller rost om man vill, i armeringarna i själva pelarna. Betongen behöver kunna andas, kan man säga, den behöver expanderas och dras ihop, för att klara av de här längdutvidgningarna. Men med de snabba temperaturväxlingarna har en kloridpartikel uppstått som klättrar uppåt i pelarna och fräter då ut. Det är alltså en svävande partikel som håller sig över vattenytan.

Sven Ekberg: Finns det risk för att hela bron störtar samman?

Nils Jönsson: Risken finns, ja. Det är svårt att säga idag, men den risken är befintlig.

Sven Ekberg: Vad gör ni just nu?

Nils Jönsson: Nu mäter vi på pelarna med hjälp av ljudinstrument där man kan se hur pass porös betongen har blivit under det här senaste vinterhalvåret.

Byggarbetare: Hela den vägen upp där åt helvete ... ojoj du... fy fan det håller inte det här du.

Nils Jönsson: Någon biltrafik kan vi nog inte räkna med förrän slutet på juli, början på augusti. Däremot, lättare som cykeltrafik och sånt, kanske vi kan släppa förbi under sommaren.

Sven Ekberg: Kommer båtar kunna passera förbi under bron?

Nils Jönsson: Nej, som vi ser här ute kommer båtarna att stoppas av lotsen redan idag, och det kommer att förbli så under hela sommaren. De större båtarna får gå på östra sidan av Öland.

Sven Ekberg: Hur blir det med småbåtar och semesterseglare i sommar?

Nils Jönsson: Det blir tyvärr så att vi inte kan släppa dem under bron på grund av rasrisken.

Bilaga 10

VänerOperan 2005.

Hämtat från: <https://www.svtplay.se/video/8rLq4WZ/aprilskamt/5-vaneroperan?info=visa>

Karin Lorenz, reporter: Planerna på att lägga ett konserthus under jorden vid teatern har runnit ut i sanden. Ett helt nytt förslag som kommer sätta Karlstad på operakartan världen över, studeras nu med intresse av kommunledningarna runt Vänern. Intresset är stort då kostnaderna lär kunna bli lägre än underjordsprojektet. En operabåt som ska kunna trafikera hamnarna runt Vänern ger helt nya möjligheter.

Greg Campbell, VD Vänerhamn: Jag tycker det är roligt att det kommer lite nya idéer. Vi har väldigt stora områden av asfalterade ytor för parkering. Det går, med lite planering förstås, att få ihop det med den övriga verksamheten. Det skulle gå.

Karin Lorenz: VänerOperan, som tros bli namnet på fartyget, kommer få ett större publikunderlag än en fast konsertsal, och dessutom en rad samordningsvinster för de inblandade kommunerna. En arkitekttävling ska utlysas, och internationellt kända arkitekter har redan anmält sitt intresse. I redarkretsar uppges det att en känd Karlstadsbo är beredd att satsa kapital i projektet.

Karin Lorenz: Det finns idéer om att båten också skulle kunna lägga till i Klarälven vid teatern. Vad säger du om det?

Greg Campbell: Det kommer att innebära en hel del problem, vad gäller broar, vattendjup och så vidare. Så länge man håller sig inom Vänern, då har man 5.4 meters djupgående till alla hamnar i Vänern. Då har man stora möjligheter att förflytta sig.

musik

Karin Lorenz: Operachefen väntas bli kapten. Fackliga protester är dock att vänta när det gäller dirigenternas arbetsituation. Av rationaliseringsskäl vill företrädare för kommunpolitikerna att dirigenten också blir styrman. Något som lär vara möjligt med dagens digitala teknik.

Karin Lorenz: I största hemlighet har Värmlandsoperans syateljé redan börjat sy personalens uniformer. Företrädare för personalen uppger för Värmlandsnytt att många gläder sig åt att slippa sjunga med snorkel, något som skulle ha blivit nödvändigt i underjordensalen vid högt vattenstånd i klarälven. Biljettpriserna till VänerOperan kommer att ligga på ungefär samma nivå som idag, men som en bonus ingår ett sjösjukepiller inkapslat i varje biljett.

Bilaga 11

Aprilskämtet om aprilskämt 2009

Hämtat från: *Regionala nyheter*, SVT Gävledala, 1/4 2009.

Leif Näslund, programledare: Idag är det som bekant den första april och då brukar det vara fritt fram att luras lite grann, men det är slut med det nu - åtminstone här på SVT.

klipp från nylonstrumpan

Lars-Gunnar Larsson, reporter: Det mest klassiska av alla aprilskämt, i tv:ns barndom, när Kjell Stensson fick svenska folket att tro att man kunde få färg-tv genom att sätta en nylonstrumpa framför rutan. Men nu visar det sig att det här, och andra aprilskämt, inte är så roliga som de först kan verka. Ett forskarlag har nämligen visat att aprilskämten ofta skapar besvikelse och i förlängningen kan orsaka depressioner genom att de ställer i utsikt saker som sen inte inträffar.

Nils Lökberg, beteendeforskare: Jag minns till exempel för något år sen så var det en dagstidning som skämtade att Systembolaget skulle ha rea. Folk blev ju oerhört besvikna när de fick reda på att det var ett skämt alltihopa. Det var faktiskt en del som fick psykiska problem.

Lars-Gunnar Larsson: Av de 1000 testpersoner som forskarna har följt över flera år uppgav 36% att de fått olustkänslor över att ha blivit lurade. För 11% av deltagarna i studien blev konsekvenserna ännu allvarligare med psykiska problem av olika slag. Det har lett till att Sveriges Television från och med i år bestämt att stoppa alla aprilskämt i sändningarna.

Wendela Birkeborn, kommunikationsstrateg SVT: Ur ett public service perspektiv så har vi beslutat det här nu - inget mer aprilskämt i Sveriges Television.

Lars-Gunnar Larsson: Men tror du inte att tittarna kommer och sakna de här skämten?

Wendela Birkeborn: Jag tror inte det. Jag tror istället att folk kommer uppskatta att vi faktiskt bidrar till folkhälsan.

Lars-Gunnar Larsson: Ja folkhälsan i all ära, men frågan av vad människor tycker om det här förbudet. De kanske tycker att aprilskämt är ganska kul.

Linnea Haag, person på gatan: Jag tycker inte om om de är oschyssta..om de menar dumt...bara lite småskämt är kul.

Falastin Mohammed, person på gatan: Människor tror april..ljuger första..men jag inte tror.

Lars-Gunnar Larsson: Du tycker inte att det är roligt?

Falastin Mohammed: Nej inte.

Lis Gyhlesten Nord, person på gatan: Jag tycker det är kul. Jag tycker det är tradition faktiskt. Man ska vara rädd om sina traditioner.

Wendela Birkeborn: Vi värnar mycket om trovärdigheten här på Sveriges Television och...nej...Det har ju även visat sig i forskningen att man ska inte bli lurad på det här viset. Det är inte bra.

Leif Näslund: Nej, det är inte roligt att bli lurad så vi lovar att aldrig mer narras.

Bilaga 12

Den lille havfruen 2015.

Hämtat från: SVT Sydnytt 1/4 2015 och <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/skane/havfruen-flyttar-till-malmo>

Backa Elias Bondpä, programledare: Och vi ska fortsätta i Köpenhamn där det precis har blivit klart att en av de internationellt mest kända danskarna ska flytta över sundet.

Per Olov Nilsson, reporter: I hundra år har hon bevakat inloppet till Köpenhamns hamn. Edvard Eriksens berömda skulptur Den lille havfrue. Men nu är det över, havfruen ska flytta.

Lone Stenbrud, från Köpenhamns hamnkontor: (på danska) Det stämmer. Havfruen har vandaliserats och bland annat blivit av med huvudet. Nu när Langelinie ska exproprieras är det svårt för turisterna att komma fram.

Jan Bergfeldt, från Malmö förskönings- och planteringsförening: Vi fick reda på att den världsberömda statyn i Köpenhamn skulle flyttas och då tyckte vi att det kunde vara en god idé att flytta den hit, till västra hamnen i Malmö.

Lone Stenbrud: Det är en riktigt bra idé. I Sverige är alla välkomna.

Per Olov Nilsson: Och var ska den placeras?

Jan Bergfeldt: Ja, vi tänker oss att det här är en väldigt utmärkt fin plats.

Per Olov Nilsson: Och när kan hon vara på plats?

Jan Bergfeldt: Ja vi fick ju reda, först idag, på att flyttningen är på gång och vi tror att den kan vara på plats redan klockan 22 ikväll.

Havfruen flyttar till Malmö

UPPDATERAD 1 APRIL 2015 PUBLICERAD 1 APRIL 2015

Den lille havfrue i Köpenhamn har blivit utsatt för vandalisering och måste nu flyttas till Malmö. Statyn kommer att placeras i Västra hamnen redan ikväll.

Den här artikeln publicerades den 1 april 2015 som ett aprilskämt.

I över hundra år har Edvard Eriksens Den lille havfrue vakat över inloppet till hamnen i Köpenhamn.

Den har lockat många turister varje år, men på grund av vandalisering har Köpenhamns hamnkontor beslutat att statyn inte längre kan stå kvar där.

– Det är riktigt, statyn har varit utsatt för vandalisering och tappat sitt huvud, säger Lone Stenbrud på Köpenhamns hamnkontor.

Hamnen där statyn står kommer också att renoveras så det kommer bli svårt för turisterna att komma fram.

– Vi fick veta att den världsberömda statyn kommer att flyttas och då tyckte vi att det kunde vara en god idé att flytta den hit till Västra hamnen i Malmö istället, säger Jan Bergfelt, ordförande för Malmö förskönings- och planteringsförening.

– Det tycker vi är en bra idé, alla är välkomna till Sverige, säger Lone Stenbrud på Köpenhamns hamnkontor.

När kan den vara på plats?

– Vi har fått veta att flyttningen är på gång och tror att den kan vara på plats redan klockan 22 ikväll, säger Jan Bergfelt, ordförande Jan Bergfelt, ordförande för Malmö förskönings- och planteringsförening.

Bilaga 13

Fotbollsskämtet 2019.

Hämtat från: <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/halland/svt-avslöjar-hallandska-fotbollslagen-slas-ihop>



Hör tränarna i klippet. Se nya loggan och matchtröjan i bildspelet. Foto: SVT/Montage

Visa alla (4)

SVT avslöjar: Halländska fotbollslagen slås ihop

UPPDATERAD 2 APRIL 2019 PUBLICERAD 1 APRIL 2019

I största hemlighet har de tre största halländska fotbollslagen på herrsidan gemensamt tagit fram planerna om att slå ihop klubbarna. Det nya namnet ser ut att bli Hallands Fotbollsörening

Den här artikeln är ett aprilskämt publicerat av SVT Nyheter Halland den 1 april 2019.

Det är till följd av ekonomiska problem för Halmstads BK och Varbergs BoIS nu verkar besluta sig för att gå samman. Även Falkenbergs FF hoppade på tåget och tanken är nu att skapa ett superlag, som ska bli verklighet år 2020. Under parollen Hallands Fotbollsörening hoppas man nu ta upp kampen med de stora drakarna.

– För regionen blir det ett slagkraftigt lag, nu kan vi äntligen slåss med de stora lagen såsom Malmö FF, Norrköping, AIK och andra tungviktare, säger Hans Eklund, tränare för Falkenbergs FF.

Ekonomiska problem

Varbergs BoIS har de senaste åren fått in allt mindre intäkter, men räddats av donationer från Varbergs kommun, sponsorer och fans. Halmstads BK gick minus 6,3 miljoner kronor år 2017, och nu ser man ingen annan utväg än att gå ihop.

– Det är dags att göra det nu. Vi har en liten yta i Halland och tre klubbar som snor varandras spelare och det är inte riktigt rätt. Nu är målet att vinna Allsvenskan inom två år säger Halmstad BK:s tränare Igor Krulj.

Hör tränarna berätta om planerna i klippet.

[Se hur superlagets nya laguppställning kan se ut](#)

Bilaga 14

PSR 2019

https://omoss.svt.se/download/18.7c348ba01715d7a6e918d3c/1587650005631/public_service-redovisning_2019.pdf

PSR 2015

https://omoss.svt.se/download/18.7c348ba01715d7a6e918d38/1587649940947/public_service-redovisning_2015.pdf

PSR 2009

https://omoss.svt.se/download/18.7c348ba01715d7a6e918d32/1587649879867/public_service-redovisning_2009.pdf

PSR 2005

https://omoss.svt.se/download/18.7c348ba01715d7a6e918d07/1587649833475/public_service-redovisning_2005.pdf

PSR 1997

https://omoss.svt.se/download/18.7c348ba01715d7a6e918cf0/1587649538283/public_service-redovisning_1997.pdf