

A group of people are gathered around a wooden table in what appears to be a meeting or collaborative work environment. In the foreground, a man in a blue shirt is pointing at a tablet held by another person. A laptop is open on the table, and another person is visible in the background. The scene is lit with warm, golden light, possibly from a window, creating a professional and focused atmosphere.

MEDIEUTVECKLING 2018

MEDIEPOLITIK

INNEHÅLL

1 DEN EUROPEISKA MEDIEPOLITIKEN	4
1.1 DIREKTIVET OM AUDIOVISUELLA MEDIETJÄNSTER	5
1.1.1 Uppdatering av AV-direktivet	6
1.1.2 Sändarlandsprincipen	6
1.1.3 AV-direktivet är ett minimidirektiv	6
1.1.4 Olika regler för tv-sändningar och beställ-tv	7
1.1.5 Kommersiella meddelanden	7
1.1.6 Det redaktionella innehållet	7
1.2 STÖDPROGRAM INOM MEDIEOMRÅDET	8
1.2.1 Kreativa Europa	8
1.3 EN STRATEGI FÖR EUROPAS DIGITALA INRE MARKNAD	8
1.4 TILLSYNSMYNDIGHETERNAS SAMVERKANSFORUM	9
1.4.1 EPRA	9
1.4.2 ERGA	9
2.1 MYNDIGHETER	10
2. DEN SVENSKA MEDIEPOLITIKEN	10
2.2 SVENSK REGLERING	11
2.2.1 Tryckfrihetsförordningen	11
2.2.1 Yttrandefrihetsgrundlagen	11
2.2.2 Radio- och tv-lagen	12
2.2.3 Innehållet i sändningar	12
2.2.4 Granskning av innehåll	13
2.2.5 Presstöd	14
2.3 PROPOSITIONER, UTREDNINGAR, RAPPORTER OCH BESLUT INOM MEDIEOMRÅDET	15
2.3.1 Proposition om nya mediestödet överlämnad	15
2.3.2 Proposition om ändrade mediegrundlagar	15
2.3.3 Analys av villkoren för radio och tv i allmänhetens tjänst	16
2.3.4 Regeringsuppdrag att beskriva tekniken för distribution av radio- och tv-program via internet	16
2.3.5 Regeringsuppdrag att analysera SR:s och SVT:s uppgift att spegla Sverige	16
2.3.6 Regeringsuppdrag att kartlägga insatser som syftar till stärkt medie- och informationskunnighet	17
2.3.7 Förslag på nytt medieetiskt system	17
2.3.8 Betänkande om finansiering av public service	18
2.3.9 Betänkande om ett reklamlandskap i förändring – konsumentskydd och tillsyn i en digitaliserad värld	18
2.3.10 Beslut om nya tillstånd för analog kommersiell radio	18
2.3.11 Beslut att MTG och Discovery får sända alkoholreklam i tv	19



MEDIEPOLITIK

Myndigheten för press, radio och tv har i uppdrag att följa och analysera utvecklingen inom medieområdet och sprida kunskap om den till allmänheten. Myndigheten ska även publicera statistik och annan information om ägande- och branschstruktur, teknik, innehåll och ekonomiska förhållanden inom medieområdet. Vi ser det som en viktig del i det arbetet att beskriva den svenska mediepolitiken och det regelverk som gäller för de medieföretag som agerar på den svenska marknaden. För att förstå det svenska regelverket, behöver man även ha en inblick i de EU-regler som Sverige och de aktörer som finns på den svenska marknaden är skyldiga att följa. I denna rapport beskriver vi därför först övergripande EU:s regler inom medieområdet. Därefter kommer vi in på det svenska regelverket och avslutningsvis redogör vi för aktuella propositioner, betänkanden, utredningar, rapporter och beslut inom medieområdet. Vi hoppas att rapporten ska ge läsaren en inblick och ökad förståelse för hur mediepolitiken och regelverket kring medierna skapas och ser ut samt några tips om var man kan hitta mer information och fördjupning.



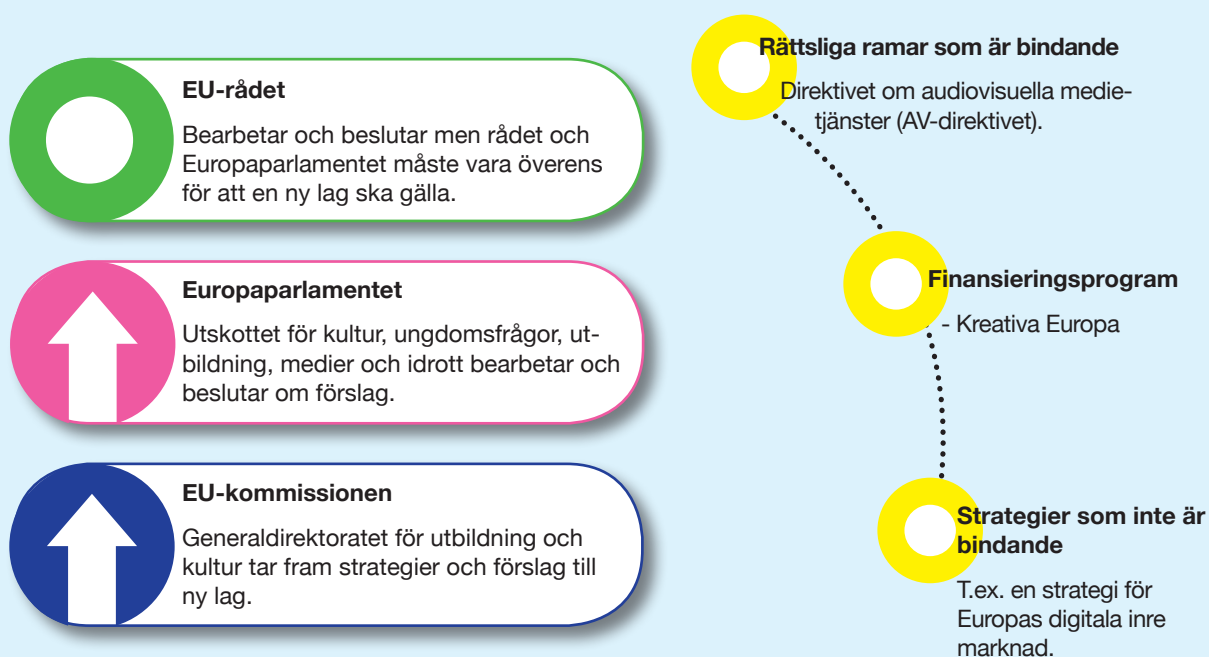
1 DEN EUROPEISKA MEDIEPOLITIKEN

Sedan EU skapade en gemensam politik inom det audiovisuella området har det övergripande målet varit att främja en konkurrenskraftig europeisk mediemarknad. Det gör EU genom att fastställa regler och riktlinjer för gemensamma frågor inom medieområdet. Ett bindande direktiv om television utan gränser antogs 1989. Direktivet sågs över 1997 och 2007 och ändrade då namn till direktivet om audiovisuella medietjänster(IP/07/1809).

EU:s politik består dels av lagstiftning för att harmonisera medlemsstaternas regelverk, dels av så kallad ”mjuk lagstiftning”, som består av olika initiativ och strategier som inte är bindande för medlemsstaterna. Den typen av lagstiftning handlar mer om att försöka påverka medlemsstaterna och aktörerna inom mediebranschen att använda sig av de strategier som är framtagna av EU, för att uppnå en önskvärd utveckling i den europeiska mediesektorn. Medlemsländerna är däremot skyldiga att implementera EU-direktiv i sin egen lag. Direktivet för audiovisuella medietjänster har implementerats genom den svenska radio- och tv-lagen.

Mediefrågor behandlas på beslutsnivå av EU-rådet som representeras av medlemsländernas kulturministrar. I kommissionen handhas mediefrågor av Generaldirektoratet för utbildning och kultur. Inom Europaparlamentet svarar utskottet för kultur, ungdomsfrågor, utbildning, medier och idrott för mediefrågor.

Figur 1. Så genomförs den gemensamma audiovisuella politiken i EU.



1.1 DIREKTIVET OM AUDIOVISUELLA MEDIETJÄNSTER

Den europeiska lagstiftningen på tv-området utgörs av direktivet om audiovisuella medietjänster (AV-direktivet, 2010/13/EU). Direktivet är ett inre marknadsdirektiv vars syfte är att underlätta för tv-sändningar mellan medlemsländerna. Direktivets tillämpningsområde utvidgades 2007 till att, förutom tv-sändningar (linjära audiovisuella medietjänster), även omfatta beställ-tv tjänster (icke-linjära audiovisuella medietjänster). Regleringen gäller i tillämpliga delar för såväl public service-bolag som privata programbolag och innehåller bland annat regler för vilken medlemsstat som ska reglera en tv-sändning (sändarlandsprincipen) liksom minimiregler för innehållet i sändningarna.

Kort om regler i AV-direktivet

Enligt AV-direktivet ska medlemsländerna samordna de nationella lagstiftningarna för att se till att:

- Samtliga medietjänster följer reklamregler om restriktioner gällande alkohol, tobak, läkemedel osv.
- De linjära programtjänsterna inte sänder mer än 12 minuter reklam per timme.
- Audiovisuella medietjänster inte innehåller något som ger upphov till hat grundat på ras, kön, religion eller nationalitet.
- Uppmuntra leverantörer av medietjänster att se till att deras tjänster successivt görs tillgängliga för syn- och hörsel-skadade personer.
- Stora evenemang som OS och fotbolls-VM ska kunna ses av en stor publik och inte bara i betal-tv-kanaler.
- Linjära programtjänster reserverar en övervägande del av sin sändningstid för europeiska produktioner och att beställ-tv tjänster främjar framställningen av och tillgången till europeiska produktioner.
- Barn och unga skyddas mot skadligt programinnehåll, exempelvis våldsskildringar och pornografi, genom att sändningarna läggs på sådan tid eller på sådant sätt att det kan antas att barn inte tar del av programmen.
- Personer som har skadats av felaktiga påståenden har rätt till genmäle.

1.1.1 Uppdatering av AV-direktivet

Digitaliseringen har inneburit förändringar vad gäller medieutbudet och därmed regleringen av medietjänster. Allt större del av vår mediekonsumtion sker via internet där en stor del av innehållet hamnar utanför den reglering som det audiovisuella direktivet omfattar idag. Kommissionen har därför genomfört en översyn av AV-direktivet för att bättre anpassa det till den tekniska utvecklingen och dess ändrade konsumtionsmönster. I maj 2016 tog kommissionen fram sitt förslag till ändringsdirektiv i vilket det bland annat föreslås att innehållsregleringen för tv-sändningar respektive beställ-tv ska bli mer likvärdig vad avser audiovisuella kommersiella meddelanden och skydd av minderåriga. Även när det gäller främjande av europeiska produktioner, där krav på kvoter i dag enbart gäller för tv-sändningar, föreslås en mer likvärdig reglering för beställ-tv. Det föreslås också att det ska läggas till ett nytt kapitel med bestämmelser som blir tillämpliga på videodelningsplattformstjänster. Det är en tjänst där leverantören inte har redaktionellt ansvar för innehållet men kan påverka hur detta organiseras.

Såväl rådet som Europaparlamentets utskott för kultur och utbildning har lämnat ett stort antal förslag till ändringar av kommissionens förslag. Under de trepartsförhandlingar som pågått sedan hösten 2017 har kompromisser nåtts på flertalet områden. Då förhandlingar fortfarande pågår är ändringsdirektivet ännu ingen färdig text. Förhandlingarna förväntas slutföras före halvårsskiftet 2018.

1.1.2 Sändarlandsprincipen

AV-direktivet bygger på ursprungslandsprincipen (sändarlandsprincipen), vilket innebär att den medlemsstat varifrån en tjänst sänds ska ansvara för att sändningarna följer AV-direktivets bestämmelser och medlemsstatens nationella regler. Sändarlandsprincipen ska säkerställa fri rörlighet för programtjänster utan en andra kontroll i den mottagande medlemsstaten. Som exempel kan nämnas att de programbolag som har svenska sändningstillstånd för programtjänsterna TV3 och Kanal 5 är etablerade i Storbritannien och att sändningarna utgår från Storbritannien. De lyder därmed under brittisk jurisdiktion och ska följa brittiska regler om till exempel alkoholreklam i tv, trots att sändningarna i TV3 och Kanal 5 är riktade mot Sverige. En leverantör av medietjänster (exempelvis ett programbolag) anses vara etablerad i den medlemsstat där leverantören har sitt huvudkontor och där de redaktionella besluten fattas. Om en leverantör av medietjänster har sitt huvudkontor i en medlemsstat medan de redaktionella besluten fattas i en annan, ska leverantören av medietjänster anses vara etablerad i den medlemsstat där en betydande del av arbetsstyrkan som arbetar med medietjänstverksamheten är verksam.

1.1.3 AV-direktivet är ett minimidirektiv

AV-direktivet är ett minimidirektiv, vilket innebär att medlemsländerna har möjlighet att ha strängare regler än vad som följer av direktivets bestämmelser. Medlemsländernas lagar och regler kan därför se olika ut vad gäller exempelvis bestämmelser om skydd av barn och om alkoholreklam i tv. I Sverige har vi till exempel strängare regler vad gäller alkoholreklam än vad Storbritannien har.

1.1.4 Olika regler för tv-sändningar och beställ-tv

AV-direktivet innehåller i vissa delar olika regler för linjära tv-sändningar (traditionell tv) och beställ-tv-tjänster (on demand). Reglerna för linjär tv är ofta striktare än för beställ-tv. Anledningen till att direktivet gör en sådan åtskillnad är främst att linjära tv-sändningar har ansetts ha en större påverkan på den enskilde individen och allmänheten än vad beställ-tv-tjänster har. Beställ-tv-tjänster tillåter användaren mer självständig kontroll och individen avgör själv om och framförallt när han eller hon vill titta på ett visst program. I traditionell linjär tv anses programbolagen ha ett större inflytande över tittarna eftersom det är programbolagen som bestämmer innehållet och väljer när ett visst program ska visas.

1.1.5 Kommersiella meddelanden

AV-direktivet innehåller både kvantitativa (mängd) och kvalitativa (innehåll) regler för så kallade audiovisuella kommersiella meddelanden. Till de olika formerna av audiovisuella kommersiella meddelanden hör bland annat reklam, sponsring och produktplacering. Det finns flera krav som medlemsstaterna ska se till att de audiovisuella kommersiella meddelandena uppfyller. Bland kraven finns restriktioner gällande alkohol, tobak och läkemedel.

1.1.6 Det redaktionella innehållet

AV-direktivet innehåller även regler som ställer krav på medlemsstaterna och programbolagen när det gäller det redaktionella innehållet. Ett sådant krav är att audiovisuella medietjänster inte får innehålla något som uppammar till hat grundat på ras, kön, religion eller nationalitet.

Ett annat sådant krav är att medlemsstaterna ska uppmuntra leverantörer av medietjänster att se till att deras tjänster successivt görs tillgängliga för syn- och hörselskadade personer.

Direktivet ger även medlemsstater en möjlighet att ha en så kallad evenemangslista. En evenemangslista är en lista över stora evenemang som medlemsstaten anser vara av särskild vikt för samhället och som därför ska kunna ses av en stor publik i fri-tv, och inte bara i betal-tv-kanaler.

Direktivet innehåller också regler om medlemsstaternas skyldigheter angående europeiska produktioner. Målet med dessa regler är att stödja audiovisuell produktion i Europa. Det finns en uppsättning regler för tv-sändningar och en för beställ-tv-tjänster.

I direktivet finns det dessutom regler för att skydda barn och unga från att se program med inslag av våld och pornografi genom att sändningarna läggs på sådan tid eller tillhandahålls på sådant sätt att det kan antas att barn inte tar del av programmen.

Om en person blir kritiserad i en tv-sändning finns det regler om att medlemsstaterna ska vidta åtgärder för att ge personer rätt att bemöta kritiken. Medlemsstaten ska fastställa den procedur som ska följas för att genomföra detta.

Läs mer

I [AV-direktivet](#) kan du läsa mer om vilka regler, villkor och krav som gäller.

1.2 STÖDPROGRAM INOM MEDIEOMRÅDET

EU ger varje år ekonomiskt stöd till samarbetsprojekt på kultur- och medieområdet. Inom medieområdet finns stödprogrammet Kreativa Europa som har en total budget om 1,46 miljarder euro för perioden 2014-2020. I Sverige ansvarar Statens kulturråd och Svenska Filminstitutet för uppdraget att fördela stödet.

1.2.1 Kreativa Europa

Stödprogrammet Kreativa Europa erbjuder möjligheter för europeiska aktörer inom tv, film, data-spel, konst och kultur att samarbeta internationellt och nå ut till en internationell publik. Kreativa Europa är uppdelat i de två delprogrammen Kultur och MEDIA samt ett sektorsövergripande programområde som bland annat inkluderar ett finansiellt lånegarantiinstrument.

Delprogrammet Kultur vänder sig till aktörer inom musik, scenkonst, bildkonst, design, konsthantverk, arkitektur, litteratur, tidskrifter, radio, arkiv, bibliotek, museer, kulturarv och kulturmiljö. Stöd finns för europeiska samarbetsprojekt, nätverk och plattformar samt översättning och spridning av europeisk skönlitteratur. Det är Statens kulturråd som ansvarar för den delen av stödet i Sverige.

Delprogrammet MEDIA vänder sig till aktörer inom den audiovisuella sektorn (film, tv och data-spel). Stöd kan sökas av produktionsbolag, spelutvecklare, utbildningsorganisationer, distributörer, filmfestivaler och andra organisationer inom sektorn. Stöd kan sökas för bland annat utbildning, utveckling, marknadsföring och distribution inom film, tv och interaktiv media. Det är Svenska Filminstitutet som ansvarar för stödet. Enskilda personer kan inte ansöka om bidrag från Kreativa Europa, men enskilda konstnärer och yrkesverksamma inom den kulturella och audiovisuella sektorn kan få pengar från projekt som genomförs av kulturorganisationer. Programmet stödjer även initiativ såsom europeiska kulturhuvudstäder, europeiska kulturarvsmärket, europeiska kulturarvsdagarna och EU:s priser för kulturarv (Europa nostra).

Läs mer

På Kreativa Europas webbplats hittar du mer information.

www.kreativaeuropa.eu

1.3 EN STRATEGI FÖR EUROPAS DIGITALA INRE MARKNAD

I maj 2015 presenterade EU-kommissionen *En strategi för Europas digitala inre marknad*. Det är en strategi som syftar till att få EU:s inre marknad att fungera bättre i den digitala ekonomin. Strategin innehåller både lagstiftande och icke-lagstiftande förslag och innehåller även frågor som rör det audiovisuella området. Den består av tre delar:

- Bättre tillgång till varor och tjänster på nätet för konsumenterna och företagen.
- Bra förutsättningar för digitala nät och tjänster genom att utforma regler som följer teknikutvecklingen och stöder ny infrastruktur.
- Digitalisering som drivkraft för tillväxt.

Målet är att skapa en gemensam digital marknad i Europa med fri rörlighet för varor, personer, tjänster, kapital och data, där privatpersoner och företag får tillgång till varor och tjänster på nätet på ett smidigt och rättvist sätt, oavsett var de bor eller kommer ifrån.¹

I Sverige har regeringen beslutat om en digitaliseringsstrategi. Det övergripande målet med strategin är att Sverige ska vara bäst i världen på att använda digitaliseringens möjligheter. För att nå dit har det tagits fram fem delmål som handlar om digital kompetens, digital trygghet, digital innovation, digital ledning och digital infrastruktur.

1.4 TILLSYNSMYNDIGHETERNAS SAMVERKANSFORUM

Det finns två olika samverkansforum för EU:s medlemsländers tillsynsmyndigheter inom medieområdet. Dessa två är; European platform of regulatory authorities (EPRA) och European Regulators Group for Audiovisual Media Services (ERGA). Syftet med forumen är att skapa en plattform för att möjliggöra diskussion och kunskapsutbyte mellan de europeiska tillsynsmyndigheterna. Myndigheten för press, radio och tv är medlem både i EPRA och ERGA.

1.4.1 EPRA

EPRA bildades 1995 och för närvarande är 52 tillsynsmyndigheter från 46 länder medlemmar i EPRA. Europeiska kommissionen, Europarådet, Europeiska audiovisuella observatoriet och kontoret för OSSE:s representant för mediefrihet är observatörer. På de två möten som hålls årligen diskuteras gemensamma frågor inom medieområdet och erfarenheter utbyts i mindre arbetsgrupper.

1.4.2 ERGA

ERGA bildades av EU-kommissionen 2014. Målen för ERGA är att ge råd och bistå kommissionen i sitt arbete med genomförandet av AV-direktivet och i alla andra frågor som rör audiovisuella medietjänster inom kommissionen men även att underlätta samarbetet och ge möjligheter till utbyte av praxis mellan EU:s tillsynsmyndigheter.

1

https://ec.europa.eu/commission/priorities/digital-single-market_sv



2. DEN SVENSKA MEDIEPOLITIKEN

Målet för den svenska mediepolitiken är att stödja yttrandefrihet, mångfald, massmediernas oberoende och tillgänglighet samt att motverka skadlig mediepåverkan.

2.1 MYNDIGHETER

Myndigheten för press, radio och tv har i uppdrag att verka för yttrandefrihet och att främja möjligheten till mångfald och tillgänglighet inom press, radio och tv. Myndigheten tillämpar bland annat reglerna i radio- och tv-lagen. Granskningsnämnden för radio och tv övervakar att regler för innehållet i redan sända program följs. Inom myndigheten finns även presstödsnämnden som beslutar om presstöd.

Statens medieråd är en expertmyndighet som arbetar med att ta in, tolka och sprida forskning om barns och ungas mediasituation, att producera informations- och undervisningsmaterial i medie- och informationskunnighet (MIK) för skolor och bibliotek och att fastställa åldersgränser för biofilm. Dess uppdrag är att verka för att stärka barn och unga som medvetna medieanvändare och skydda dem från skadlig mediepåverkan.

Myndigheten för tillgängliga medier har i uppdrag att vara ett nationellt kunskapscentrum för tillgängliga medier och arbeta för att alla ska ha tillgång till litteratur och samhällsinformation utifrån vars och ens förutsättningar, oavsett läsförmåga eller funktionsnedsättning. Verksamheten består bland annat av produktion och distribution av talböcker och punktskriftsböcker samt lättläst litteratur.

Post- och telestyrelsen har tillsyn över lagen om elektronisk kommunikation som gäller för elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster.

Självreglering

Förutom de lagstadgade reglerna finns det även frivilliga regler inom medieområdet. Pressen har egna frivilliga etiska regler som övervakas av Pressens Opinionsnämnd (PON), Allmänhetens Pressombudsman (PO) och Reklamombudsmannen (RO).

2.2 SVENSK REGLERING

Den grundläggande lagstiftningen för svenska medier finns i tryckfrihetsförordningen (TF) och yttrandefrihetsgrundlagen (YGL) och bygger bland annat på principen om etableringsfrihet och förbudet mot censur.

2.2.1 Tryckfrihetsförordningen

Tryckfrihetsförordningen (TF) är en grundlag som säger att varje svensk medborgare fritt ska kunna ge ut böcker, tidningar och tidskrifter. Tryckfrihetsförordningen innehåller bestämmelser om meddelarfrihet, rätt till fri informationsspridning och anonymitet samt förbud mot censur och efterforskning av källor. Den innehåller även en särskild brottskatalog över tryckfrihetsbrott, som hets mot folkgrupp och förtal.

2.2.1 Yttrandefrihetsgrundlagen

Yttrandefrihetsgrundlagen (YGL) omfattar radio, tv, film, video och databaser. De grundläggande principerna i YGL bygger på samma som i tryckfrihetsförordningen, bland andra etableringsfrihet, förbud mot censur, ensamansvar, meddelarskydd och en särskild brottskatalog. Etableringsfriheten innebär att det är tillåtet för vem som helst att sända program genom tråd, det vill säga kabel-tv, ip-tv, webb-tv eller webbradio utan att ha tillstånd för verksamheten. När det gäller sändning av tv-program genom etern, det vill säga marksänd eller satellitsänd tv, är det däremot tillåtet att begränsa etableringsfriheten. Anledningen är att det frekvensutrymme som kan användas för sändningarna är begränsat. De som sänder radio och tv ska utse en utgivare och anmäla honom eller henne till Myndigheten för press, radio och tv. Utgivaren är ansvarig för yttrandefrihetsbrott som kan begås under sändning, till exempel hets mot folkgrupp, förtal eller förolämpning. På samma sätt som i radio, tv och tidningar kan yttrandefriheten skyddas vid publicering på internet. Webbplatser, webbradio, webb-tv och e-posttidningar kan omfattas av grundlagsskyddet. Traditionella massmedieföretag kan ha ett automatiskt grundlagsskydd för sina webbplatser och ska då anmäla en ansvarig utgivare och namnet på webbplatsen till Myndigheten för press, radio och tv.

Utgivningsbevis

Privatpersoner, företag, organisationer och myndigheter som inte har ett automatiskt grundlagsskydd kan ansöka om utgivningsbevis hos Myndigheten för press, radio och tv för sina databaser. Ett utgivningsbevis är giltigt i tio år och kan sedan förnyas. Det ger samma grundlagsskydd för yttrandefriheten som massmedieföretag har för sina publiceringar på internet. Ansökningsavgiften är 2000 kronor och utgivningsbeviset är giltigt i tio år.

Den 25 maj 2018 träder den nya dataskyddsförordningen, även kallad GDPR, i kraft och den ersätter personuppgiftslagen. Ett utgivningsbevis för en databas kommer även i framtiden innebära att reglerna om personuppgiftsbehandling inte gäller när dessa strider mot reglerna i yttrandefrihetsgrundlagen. Förordningen påverkar alltså inte databaser med utgivningsbevis och massmedieföretags automatiskt grundlagsskyddade databaser.

2.2.2 Radio- och tv-lagen

Radio- och tv-lagen (2010:696) är den lag som reglerar radio- och tv-sändningar och beställ-tv i Sverige. Lagen reglerar bland annat när det krävs tillstånd för att sända radio och tv i marknätet. Den innehåller även regler om innehållet i sändningarna. Det finns dessutom regler i radio- och tv-lagen om reklam, sponsring och produktplacering samt regler för att öka tillgängligheten för personer med funktionsnedsättning att ta del av sändningarna.

Tillstånd för radio- och tv-sändningar

Reglerna om tillståndsgivningen för marksänd radio och tv och sökbar text-tv gäller alla som vill ansöka om tillstånd. Det finns ett begränsat frekvensutrymme för sändningar i marknätet och därför krävs det sändningstillstånd. Sändningstillstånd för public service-bolagen beslutas av regeringen medan tillstånd för övriga aktörer beslutas av Myndigheten för press, radio och tv. Den som bedriver en sändningsverksamhet som det inte behövs tillstånd för enligt radio- och tv-lagen eller som tillhandahåller beställ-tv, ska anmäla sig för registrering hos Myndigheten för press, radio och tv. Detsamma gäller den som för någon annans räkning bedriver sändningsverksamhet över satellit eller upplåter satellitkapacitet.

2.2.3 Innehållet i sändningar

Innehållet i alla radio- och tv-sändningar som utgår från Sverige ska vara förenligt med reglerna i radio- och tv-lagen. Programtjänster som sänder i marknätet och som har sändningstillstånd ska dessutom följa villkoren i dessa tillstånd. Mest omfattande är reglerna för public service-bolagen SVT, SR och UR. För dessa bolag gäller bland annat att sändningarna ska vara opartiska och sakliga. De ska även ta hänsyn till televisionens och radions särskilda genomslagskraft när det gäller programmets ämnen och utformning samt tiden för sändning av programmen. Dessutom ska den enskildes privatliv respekteras om inte ett oavvisligt allmänt intresse kräver annat. Med undantag för kravet på opartiskhet gäller alla dessa bestämmelser även för övriga svenska tv-kanaler som sänder i marknätet. I radio- och tv-lagen finns vidare bestämmelser om reklam och sponsring som gäller för alla typer av sändningar. I lagen finns dessutom en generell bestämmelse om att tv-program som innehåller grova våldsskildringar eller pornografiska bilder inte får sändas när det finns risk att barn kan se dem och att sådana program måste vara försedda med en varning. Även för beställ-tv gäller att program ska tillhandahållas på ett sådant sätt att det inte finns risk för att barn tar del av våldsskildringar och pornografi.

Kommersiella meddelanden

Kommersiella meddelanden är bland annat reklam, sponsring och produktplacering. Sändningar som får innehålla reklam ska följa reglerna om bland annat annonsplacering, annonstid och annons-signatur. Reglerna gäller inte för sådan reklam som den sändande gör för sin programverksamhet, så kallad egenreklam. Reklam får inte riktas mot barn under tolv år och alkohol- och tobaksreklam är också förbjuden. Annonser får sändas högst tolv minuter under en timme mellan hela klockslag. I beställ-tv finns inga regler om hur mycket annonser som får sändas.

Sponsringsmeddelande ska lämnas i anslutning till programmet som sponsras. Meddelandet ska innehålla sponsorns namn, logotyp eller annat kännetecken och får inte innehålla säljfrämjande inslag. Nyhetsprogram får inte sponsras och sponsring får inte heller göras av företag som huvud-

sakligen säljer alkohol eller tobak. Produktplacering är tillåten i filmer, tv-serier, sportprogram och program med lätt underhållning, förutsatt att programmet inte huvudsakligen vänder sig till barn under tolv år. Produktplacering av alkohol, tobak och receptbelagda läkemedel får inte förekomma. Information om att det förekommer produktplacering ska lämnas i början och slutet av programmet och efter avbrott för annonser. Informationen ska endast bestå av en neutral upplysning om att det förekommer produktplacering och om den vara eller tjänst som har placerats.

Skydd av barn och unga

Att skydda barn från skadligt innehåll i tv och i beställ-tv anses vara av särskild vikt. Därför måste tv-program som innehåller ingående våldsskildringar av verklighetstrogen karaktär eller med pornografiska bilder sändas efter klockan 21.00. Programmen måste föregås av en varning eller innehålla en varning som anges löpande i bild under hela sändningstiden. För beställ-tv gäller att program med sådant innehåll inte tillhandahållas på ett sätt att det finns betydande risk för barn att se programmen. Programbolag som sänder tv-program i det svenska marknätet måste även förhålla sig till bestämmelsen om mediets särskilda genomslagskraft. Det är en striktare regel och tillämpas vid bedömning av program som anses kunna vara skadliga för bland annat barn och unga. Programbolagen ska visa varsamhet med program som innehåller exempelvis våld, sex och droger, om sändningen sker före klockan 21.00.

Nya krav på tillgänglighet i tv

I radio- och tv-lagen ställs krav på ökad tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning. Tillgängligheten till tv ska ökas med hjälp av till exempel textning, tolkning och uppläst text. Myndigheten för press, radio och tv fattar beslut om vilka krav som ska ställas på de svenska kommersiella programbolag som sänder tv i marknätet, genom tråd eller satellit. De krav som ställs på de kommersiella programbolagen tar hänsyn till deras finansiella förutsättningar. Programbolagen ska årligen rapportera till Myndigheten för press, radio och tv hur de har underlättat för personer med funktionsnedsättning att ta del av deras utbud.

2.2.4 Granskning av innehåll

Granskningsnämnden för radio och tv är ett särskilt beslutsorgan inom Myndigheten för press, radio och tv som prövar om innehållet i radio- och tv-program följer de regler som gäller för sändningarna. Nämnden kan även granska innehåll i beställ-tv-program. Nämnden granskar program efter anmälningar från tittare och lyssnare eller på initiativ av myndigheten eller nämnden själv. Det ingår även i granskningsnämndens uppdrag att årligen bedöma om public service-bolagen har uppfyllt sina uppdrag. Bedömningen görs i efterhand utifrån redovisningar som SVT, SR och UR lämnar in till nämnden. Om ett programbolag bryter mot reglerna om bland annat sponsring och reklam kan granskningsnämnden för radio och tv lämna in en ansökan till förvaltningsrätten om att en särskild avgift ska påföras. Om sändningarna strider mot kraven på till exempel opartiskhet och saklighet kan programbolaget åläggas att offentliggöra nämndens beslut på lämpligt sätt. Utländska programbolag som sänder till Sverige från till exempel Storbritannien omfattas inte av de svenska reglerna eller nämndens tillsynsansvar. Förutom granskningsnämnden övervakar Justitiekanslern och Konsumentombudsmannen att vissa regler följs.

2.2.5 Presstöd

Presstödet infördes som ett driftsstöd till tidningar. Syftet var att kunna bevara en mångfald på de lokala dagstidningsmarknaderna. Målet med att ha ett presstöd är att det ska bidra till en allsidig nyhetsförmedling och opinionsbildning i hela landet.

I mars 2018 överlämnade regeringen en proposition om ett nytt mediestöd till riksdagen. I propositionen föreslås bland annat två nya former av mediestöd varav ett som ska stärka journalistiken i de delar av landet som har en begränsad eller ingen medial bevakning. Regeringen föreslår också höjningar av stödnivåerna för distributionsstödet med 50 %, och en höjning av driftsstödet med 10 % för tidningar som kommer ut minst tre gånger i veckan. Samtidigt föreslås en förlängning av den nuvarande presstödsförordningen.

Presstödsnämnden

Presstödsnämnden bildades 1976 för att administrera stödet och för att följa utvecklingen på dagspressmarknaden. Presstödsnämnden avvecklades som egen myndighet den 30 juni 2015 och Myndigheten för press, radio och tv tog över uppgiften. Presstödsnämnden inrättades som ett särskilt beslutsorgan inom myndigheten. Presstödsnämnden prövar ansökningar om driftsstöd, distributionsstöd och fördelar utvecklingsstöd till tryckta dagstidningar.

I propositionen om ett nytt mediestöd föreslås det att stöden ska bedömas och prövas av mediestödsnämnden vid Myndigheten för press, radio och tv.

Driftsstöd

Driftsstödet är den största delen av presstödet och ges till dagstidningar som uppfyller de krav som ställs i presstödsförordningen (1990:524). För att få driftsstöd ska tidningen bland annat komma ut med minst ett nummer per vecka och ha en abonnerad upplaga på minst 1 500 exemplar. Det ska vara en allmän nyhetstidning eller publikation av dagspresskaraktär med reguljär nyhetsförmedling eller allmänpolitisk opinionsbildning. Driftsstödet får bara täcka en viss andel av tidningens kostnader och får bara användas för att täcka kostnader som är knutna till den dagstidning som stödet beviljats för vilket ska redovisas till nämnden.

Distributionsstöd

Distributionsstödet syftar till att främja samverkan mellan tidningar och att stimulera till så stor spridning av dagstidningar som möjligt. Stödet utgår per distribuerat exemplar med en fallande skala för tidningar med stora upplagor.

Utvecklingsstöd till tryckta dagstidningar

Tryckta allmänna nyhetstidningar har möjlighet att söka stöd för att utveckla elektroniska publiceringstjänster. Utvecklingsstödet delas ut i mån av tillgängliga medel, för 2018 beräknas upp till 35 miljoner kronor finnas tillgängligt för utvecklingsstöd. Syftet med stödet är att främja mediemångfald och demokratisk debatt. Det får lämnas för insatser som syftar till:

1. Utveckling av redaktionellt innehåll i digitala kanaler.
2. Utveckling och innovationer när det gäller digital publicering, spridning och konsumtion av tidningens innehåll.
3. Utveckling av digitala affärsmodeller.

Stöd kan även lämnas för förstudier inom dessa områden. Utvecklingsstöd får beviljas för en insats under högst tre år och för en förstudie under högst ett år. Utvecklingsstödet lämnas i form av projektbidrag och får täcka högst 40 procent av kostnaden för insatsen eller förstudien. Ansökningarna prövas av presstödsnämnden vid Myndigheten för press, radio och tv.

2.3 PROPOSITIONER, UTREDNINGAR, RAPPORTER OCH BESLUT INOM MEDIEOMRÅDET

2.3.1 Proposition om nya mediestödet överlämnad

Regeringen överlämnade propositionen om ett nytt mediestöd, Journalistik i hela landet, till riksdagen i mars 2018. Regeringen föreslår bland annat två nya former av mediestöd varav ett som ska stärka journalistiken i de delar av landet som har en begränsad eller ingen medial bevakning. I propositionen Journalistik i hela landet föreslås nya former av teknikneutralt mediestöd, som syftar till att stärka demokratin genom att främja allmänhetens tillgång till nyhetsförmedling i hela landet via en mångfald av allmänna nyhetsmedier. De två nya stöden är:

- Stöd för lokal journalistik i områden som saknar eller har svag journalistisk bevakning. Detta stöd ska kunna sökas av alla typer av nyhetsmedier.
- Ett utvidgat innovations- och utvecklingsstöd som ska kunna sökas av alla typer av nyhetsmedier. Stödet ska betona innovation och successiv rörelse mot högre grad av utveckling.

För att finansiera dessa reformer beräknas hela anslaget för det statliga mediestödet höjas med 55 miljoner kronor för år 2019 och med ytterligare 55 miljoner kronor från och med år 2020 och 2021. Detta innebär en sammanlagd höjning på närmare 20 procent jämfört med dagens presstöd. Fördelningen av nya stöd sker inom den finansiella ramen och är i mån av tillgängliga medel. Stöden föreslås bedömas och prövas av mediestödsnämnden (nuvarande presstödsnämnden) vid Myndigheten för press, radio och tv. Nuvarande presstödsregler gäller fram till den 31 december 2019 och förhoppningen är att förslagen om nytt mediestöd ska behandlas av riksdagen i vår och gälla från och med den 1 januari 2019. En dialog har inletts med EU-kommissionen och för att få ett godkännande i enlighet med EU:s regler om statsstöd vilket är en förutsättning för att kunna gå vidare med mediestödet.

2.3.2 Proposition om ändrade mediegrundlagar

Regeringen överlämnade propositionen Ändrade mediegrundlagar till riksdagen den 30 november 2017. I propositionen föreslås en del ändringar i vissa bestämmelser i tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen som reglerar grundlagsskyddet för publiceringar på internet. Bland annat

föreslås att en utgivare av en databas under vissa förutsättningar inte ska kunna hållas ansvarig för material som har funnits tillgängligt i databasen, exempelvis en dagstidnings webbplats, mer än ett år. Ett annat förslag är att samma krav som kan ställas på den som sänder program i tv, att göra programmen tillgängliga för personer med funktionsnedsättning, ska kunna ställas på den som tillhandahåller beställ-tv. Det föreslås även att det ska bli möjligt att i lag föreskriva om skyldighet för den som sänder program i tv eller tillhandahåller beställ-tv ska främja framställningen av och tillgången till program av europeiskt ursprung. Ändringarna föreslås träda i kraft den 1 januari 2019.

2.3.3 Analys av villkoren för radio och tv i allmänhetens tjänst

Regeringen beslutade den 20 december 2016 att tillsätta en parlamentarisk kommitté för att analysera villkoren för radio och tv i allmänhetens tjänst (public service) och föreslå nödvändiga förändringar för att skapa fortsatt goda förutsättningar för verksamheten. En del av kommitténs uppdrag var att föreslå ett långsiktigt hållbart finansieringssystem för public service vilket gjordes till regeringen i oktober 2017. Kommitténs uppdrag har även utökats två gånger. Den 22 juni 2017 utvidgades uppdraget genom tilläggsdirektiv att omfatta hur en ändamålsenlig reglering för public service kan utformas på kort och lång sikt. Kommitténs förslag och bedömningar ska syfta till att upprätthålla programföretagens integritet och oberoende och ha sin utgångspunkt i en tid av omvälvande medieutveckling. Dessutom utvidgades kommitténs uppdrag (dir. 2018:04) den 15 februari 2018. Kommittén ska utreda förutsättningarna för att låta utgivningen av den lättlästa nyhetstidningen 8 Sidor rymmas inom ramen för ett nytt public service-uppdrag 2020. Uppdraget i dessa delar ska redovisas senast den 29 juni 2018.

2.3.4 Regeringsuppdrag att beskriva tekniken för distribution av radio- och tv-program via internet

Myndigheten för press, radio och tv fick i början av 2018 i uppdrag att beskriva tekniken för distribution av ljudradio- och tv-program via internet. Beskrivningen ska avse vad som utgör sändning av program i tråd respektive sändning av program på annat sätt än genom tråd. Uppdraget redovisades till regeringen i rapporten Distribution via internet i maj 2018.

2.3.5 Regeringsuppdrag att analysera SR:s och SVT:s uppgift att spegla Sverige

Regeringen gav i uppdrag åt Myndigheten för press, radio och tv att analysera villkoren för Sveriges Radio (SR) och Sveriges Television (SVT) att spegla förhållanden i hela landet utifrån geografiska utgångspunkter. Mot bakgrund av medieutvecklingen, och särskilt dess påverkan på regional och lokal journalistik, fick myndigheten i uppdrag att analysera effektiviteten i de villkor i SR och SVT har i sina sändningstillstånd och anslagsvillkor som reglerar deras uppgift att spegla förhållanden i hela landet. Analysen skulle avse spegling utifrån geografiska utgångspunkter. I de nuvarande sändningstillstånden för SR och SVT ska programutbudet spegla förhållanden i hela landet och den variation som finns i befolkningen som helhet. Nyhetsförmedlingen ska även ha olika perspektiv så att händelser speglas utifrån olika geografiska, sociala och andra utgångspunkter. Uppdraget redovisades till Kulturdepartementet den 15 mars 2018.

2.3.6 Regeringsuppdrag att kartlägga insatser som syftar till stärkt medie- och informationskunnighet

Regeringen gav den 29 juni 2017 i uppdrag till Statens medieråd och Myndigheten för press, radio och tv att kartlägga insatser som syftar till att stärka medie- och informationskunnigheten. Rapporten överlämnades till Kulturdepartementet den 30 november 2017. Kartläggningen skulle ge en samlad överblick över större aktiviteter kring MIK och digital kompetens som pågår eller är planerade på kort och lång sikt – på nationell, regional och lokal nivå – för olika målgrupper, och som genomförs av myndigheter och andra institutioner respektive aktörer på medieområdet och inom det civila samhället. Kartläggningen visar att det görs en hel del insatser kring medie- och informationskunnighet i Sverige av flera olika aktörer men att det saknas nätverk och en sammanlänkande struktur för MIK-frågorna.

2.3.7 Förslag på nytt medieetiskt system

Branschorganisationer och medieföretag har tagit fram ett förslag på ett gemensamt medieetiskt system genom att inrätta Allmänhetens Medieombudsman (MO) och Mediernas etiska nämnd (MEN). De tilltänkta huvudmännen för MO och MEN är Utgivarnas huvudmän Sveriges Tidskrifter, TU – Medier i Sverige, Sveriges Utbildningsradio (UR), Sveriges Radio (SR), Sveriges Television (SVT) och TV4-gruppen samt Publicistklubben och Journalistförbundet.

Det föreslås även att regeringen bör i samband med inrättandet av MO/MEN justera instruktionen för Granskningsnämnden för radio och tv så att nämnden inte prövar intrång i privatlivet och att den granskningen bör ske i MO/MEN. De programföretag som sänder radio eller tv i marknätet, bl.a. SR, SVT och TV4 har krav på sig att i programverksamheten respektera den enskildes privatliv. Men det gäller bara marknätet, sändningar på andra plattformar får granskningsnämnden inte pröva mot den bestämmelsen. Granskningsnämnden får inte heller granska artiklar på webben. Enligt förslaget ska Allmänhetens medieombudsman (MO) och Mediernas etiska nämnd pröva alla mediernas publiceringar oberoende av publiceringsplattform, det vill säga även radio- och tv-sändningar och de webbpubliceringar som i dag inte kan prövas.

Branschen har enats om följande ramar för den framtida etiska självregleringen:

- MO/MEN ska pröva alla yttranden för de medier som omfattas av självregleringen – oberoende av publiceringsplattform. Det innebär att även radio- och tv-sändningar, samt de webbpubliceringar som i dag inte kan prövas, omfattas av det framtida systemet.
- MEN föreslås bli uppbyggt som det nuvarande självreglerande systemet med representanter för allmänheten och mediebranschen.
- MO/MEN ska pröva om enskilda utsatts för en oförsvarlig publicitetsskada genom intrång i privatlivet.
- Endast om den som anser sig drabbad av en publicitetsskada ger sitt tydliga medgivande ska anmälan tas upp till prövning.
- Möjligheten att få upprättelse och sitt fall prövat kommer precis som i dagens system att vara kostnadsfri för den enskilde.
- Kostnaden för verksamheten finansieras helt av huvudmännen.

2.3.8 Betänkande om finansiering av public service

Parlamentariska public service-kommittén överlämnade den 16 oktober 2017 delbetänkandet *Finansiering av public service – för ökad stabilitet, legitimitet och stärkt oberoende* (SOU 2017:79) till regeringen. Kommittén föreslår i betänkandet att nuvarande radio- och tv-avgift ersätts med en individuell public service-avgift som ska betalas av alla över 18 år från och med den 1 januari 2019. Avgiften föreslås uppgå till 1 procent av den beskattningsbara förvärvsinkomsten upp till 1 308 kronor per person och år. Enligt förslaget ska Skatteverket överta ansvaret för uppbörden av avgiften, vilket innebär att Radiotjänst i Kiruna AB avvecklas. I syfte att ytterligare stärka oberoendet för public service föreslår kommittén också vissa ändringar när det gäller medelstillelningen till programföretagen, sändningstillståndens giltighetstid och sammansättningen av styrelsen i ägarstiftelsen.

2.3.9 Betänkande om ett reklamlandskap i förändring – konsumentskydd och tillsyn i en digitaliserad värld

Regeringen tillsatte i oktober 2016 en utredning för att kartlägga det förändrade reklamlandskapet och den skulle föreslå lämpliga åtgärder för att förbättra konsumentskyddet. Utredningen hade i uppdrag att analysera om det finns problem kopplade till nya marknadsföringsmetoder och vilka utmaningar tillsynsmyndigheterna ställs inför. Utredningen kom fram till att det i sig inte finns några egentliga brister i den nuvarande marknadsföringsrättsliga regleringen. Däremot borde Konsumentverket ges skarpare tillsynsverktyg, bland annat en möjlighet att genomföra kontrollköp under dold identitet. Utredningen framförde också att det kan finnas behov av nya former av tekniska lösningar för att Konsumentverket ska kunna bedriva en aktiv och effektiv tillsyn i den digitala miljön. Uppdraget redovisades i januari 2018.

2.3.10 Beslut om nya tillstånd för analog kommersiell radio

Myndigheten för press, radio och tv fördelar tillstånd för att sända analog kommersiell radio i Sverige. Samtliga tillstånd upphör att gälla den 31 juli 2018 och en ny tillståndsperiod börjar den 1 augusti 2018. Samtidigt har flera ändringar i radio- och tv-lagen trätt i kraft som påverkar den nya tillståndsgivningen och de nya tillstånden. Ändringarna trädde i kraft den 1 augusti 2017 och innebär att myndigheten har fått större frihet vid utformningen av sändningsområden. Myndigheten ska se till vad som gagnar konkurrens och mångfald på hela radioområdet och behöver inte längre ta hänsyn till vad som är naturliga lokala intresseområden. Det har även skett ändringar i reglerna om hur många tillstånd en fysisk eller juridisk person kan förfoga över inom ett sändningsområde. Dessutom har reglerna om överlåtelse och återkallelse av tillstånd ändrats i syfte att främja konkurrensen och mångfalden. För första gången har det funnits möjlighet att söka tillstånd för att sända kommersiell radio nationellt. Under hösten 2017 gick det att söka både nationella och regionala/lokala tillstånd. Det fanns ett stort intresse hos radioaktörerna att söka de tre nationella tillstånden, sammanlagt kom det in 22 ansökningar från 7 sökande. Det fanns 35 regionala/lokala sändningstillstånd i 21 områden att söka och det kom in 284 ansökningar från 17 sökande. De nya sändningstillstånden gäller under perioden 1 augusti 2018 till och med 31 juli 2026.

2.3.11 Beslut att MTG och Discovery får sända alkoholreklam i tv

Reklam och sponsring av alkohol i tv är förbjuden i Sverige, till skillnad från i Storbritannien. Discovery och MTG, programföretagen bakom TV3, TV6, TV8, Kanal 5 och Kanal 9, sänder i dag reklam från Storbritannien i sändningarna som är riktade mot den svenska marknaden. Konsumentverket och Myndigheten för press, radio och tv kontaktade i höstas EU-kommissionen för att se om det skulle vara möjligt att stoppa reklam och sponsring av alkohol i svensk tv från programföretag i Storbritannien. Syftet var att myndigheterna skulle kunna ta till samma åtgärder som används mot programföretag som sänder reklam och sponsring av alkohol i tv från Sverige. Det innebär till exempel att Konsumentombudsmannen, KO, skulle kunna stämma Discovery och MTG i svensk domstol. För att få göra det måste Konsumentverket och Myndigheten för press, radio och tv bland annat visa att Discovery och MTG har etablerat sig i Storbritannien för att kringgå svensk alkohollagstiftning. EU-kommissionen anser dock inte att det är bevisat att bolagens etablering i Storbritannien har skett med avsikt att kringgå svensk alkohollagstiftning. EU-kommissionens svar är därför att det inte är förenligt med EU-rätten för svenska myndigheter att ingripa mot programföretagen.

