

A hand is shown interacting with a digital interface, with various glowing icons floating around it. The icons include a play button, a camera, a speech bubble, a laptop with an envelope, a smartphone, a music note, and a person icon. The background is dark with bokeh light effects.

MEDIEUTVECKLING 2019

MEDIEPOLITIK

INNEHÅLL

INLEDNING	3
1 DEN EUROPEISKA MEDIEPOLITIKEN	4
1.1 DIREKTIVET OM AUDIOVISUELLA MEDIETJÄNSTER	5
1.1.1 Ett nytt audiovisuellt direktiv	5
1.1.2 Sändarlandsprincipen	6
1.1.3 AV-direktivet är ett minimidirektiv	7
1.1.4 Mer lika regler för tv-sändningar och beställ-tv	7
1.1.5 Kommersiella meddelanden	7
1.1.6 Det redaktionella innehållet	8
1.2 STÖDPROGRAM INOM MEDIEOMRÅDET	9
1.2.1 Kreativa Europa	9
1.3 EN STRATEGI FÖR EUROPAS DIGITALA INRE MARKNAD	10
1.4 TILLSYNSMYNDIGHETERNAS SAMVERKANSFORUM	11
1.4.1 EPRA	11
1.4.2 Erga	11
2. DEN SVENSKA MEDIEPOLITIKEN	12
2.1 MYNDIGHETER INOM MEDIEOMRÅDET	12
2.2 SVENSK REGLERING AV MEDIER	13
2.2.1 Tryckfrihetsförordningen	13
2.2.2 Yttrandefrihetsgrundlagen	13
2.2.3 Radio- och tv-lagen	14
2.2.4 Innehållet i sändningar	15
2.2.5 Granskning av innehåll	16
2.2.6 Press- och mediestöd	17
2.3 UTREDNINGAR, UPPDRAG OCH PROPOSITIONER INOM MEDIEOMRÅDET	19
2.3.1 Pågående utredningar och uppdrag	19
2.3.2 Avslutade utredningar och uppdrag	22

INLEDNING

Myndigheten för press, radio och tv (MPRT) 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. En del i det arbetet är att beskriva den svenska mediepolitiken och de regelverk som gäller för aktörer som agerar på den svenska marknaden.

Rapporten inleds med en övergripande beskrivning av EU:s regler inom medieområdet. Därefter beskrivs det svenska regelverket. Avslutningsvis redogör vi för aktuella propositioner, betänkanden, utredningar, rapporter och beslut inom området.

Syftet med rapporten är att ge läsaren en inblick i och ökad förståelse för hur mediepolitiken fungerar samt öka kunskapen om de regler som finns inom medieområdet.



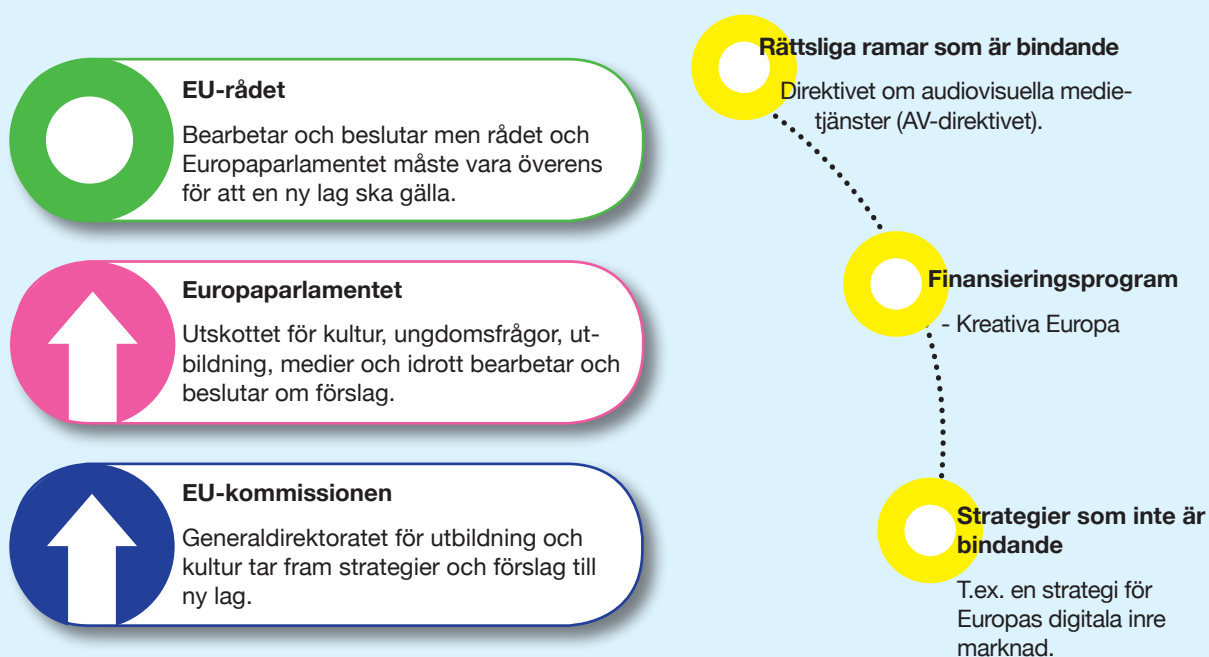
1 DEN EUROPEISKA MEDIEPOLITIKEN

Inom EU finns det gemensamma regler som omfattar mediefrågor. De behandlas 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.

Ett övergripande mål med EU:s gemensamma politik inom det audiovisuella området är att främja en konkurrenskraftig europeisk mediemarknad. För att uppnå det målet behövs det bland annat ett gemensamt regelverk. EU har därför tagit fram regler och riktlinjer för gemensamma frågor inom medieområdet. Det kanske mest omfattande och viktigaste regeldokumentet är direktivet om television utan gränser som antogs redan 1989. Direktivet har därefter setts över flera gånger i syfte att bättre anpassa det till en ny mediemarknad. 2007 ändrades namnet till direktivet om audiovisuella medietjänster (IP/07/1809). År 2016 inleddes en översyn och uppdatering av direktivet, ändringarna ska nu föras in i svensk lagstiftning. Medlemsländerna är skyldiga att införa EU-direktiv i sin egen lagstiftning.

EU:s politik består dels av lagstiftning, direktiv, som används 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 ”mjuka lagstiftningen” används för att försöka påverka medlemsstaterna och aktörerna inom mediebranschen att använda sig av de strategier som är framtagna av EU, t.ex. för att uppnå en önskvärd utveckling i den europeiska mediesektorn.

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



1.1 DIREKTIVET OM AUDIOVISUELLA MEDIETJÄNSTER

Den europeiska lagstiftningen på tv-området utgörs av direktivet om audiovisuella medietjänster (AV-direktivet 2010/13/EU och ändringsdirektivet 2018/1808/EU). Direktivet är ett inre marknadsdirektiv¹ vars huvudsakliga 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 innehåller bland annat regler för vilken medlemsstat som ska reglera en medietjänst (sändarlandsprincipen) liksom minimiregler för innehållet i sändningarna.

1.1.1 Ett nytt audiovisuellt direktiv

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. Kommissionen inledde därför en översyn av AV-direktivet för att bättre anpassa det till den tekniska utvecklingen och de förändrade konsumtionsätt utvecklingen medfört. I maj 2016 tog kommissionen fram sitt förslag till ändringsdirektiv, efter det att Rådet och Europaparlamentets utskott för kultur och utbildning lämnat förslag till ändringar antogs ändringsdirektivet i slutet av 2018.²

¹ Inre marknadsdirektiv syftar främst till att underlätta den fria rörligheten för varor mellan EU-länder.
² Direktiv 2010/13/EU ändrades då i vissa delar genom Direktiv 2018/1808/EU.

I ändringsdirektivet är innehållsregleringen för vanliga tv-sändningar respektive beställ-tv mer likvärdig när det gäller audiovisuella kommersiella meddelanden och skydd av minderåriga. Även främjande av europeiska produktioner, där krav på kvoter enbart har gällt för vanliga tv-sändningar, har fått en mer likvärdig reglering genom krav på kvoter för beställ-tv. Andra ändringar är att bestämmelserna om innehåll som uppmanar till hat och skydd av minderåriga har utvidgats. Genom ändringsdirektivet infördes i AV-direktivet också ett nytt kapitel med bestämmelser angående s.k. videodelningsplattformstjänster. Det är tjänster där leverantören inte har redaktionellt ansvar för innehållet men kan påverka hur det organiseras, till exempel Youtube. I ändringsdirektivet finns också bestämmelser om nationella myndigheters självständighet och om samarbete mellan dem. Dessutom innehåller direktivet bestämmelser om att medlemsstaterna ska främja och vidta åtgärder för utveckling av medie- och informationskunnighet (MIK). Ett arbete som ska rapporteras till EU-kommissionen vart tredje år från och med december 2022 utifrån riktlinjer som kommer att tas fram.³ I Sverige har regeringen tillsatt en utredning med uppdrag att se över den nuvarande radio- och tv-lagen för att bland annat införa ändringarna i det nya AV-direktivet.

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 hörselskadade 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.

Även de nordiska länder som är med i EFTA (Norge och Island) ska införa AV-direktivet i sin lagstiftning. De deltar som observatörer i det samarbetsorgan (Erga) som finns för tillsynsmyndigheterna för mediefrågor inom EU och kan lämna synpunkter på de förslag som tas fram.⁴ De mer grundläggande bestämmelserna i AV-direktivet, som sändarlandsprincipen och att det är ett minimidirektiv, har inte ändrats. Begreppen förklaras nedan.

1.1.2 Sändarlandsprincipen

Sändarlandsprincipen är en grundläggande princip i AV-direktivet och säkerställer fri rörlighet för programtjänster över landsgränser. Den innebär att det är den medlemsstat varifrån en tjänst sänds som ansvarar för att sändningarna följer AV-direktivets bestämmelser och även medlemsstatens nationella regler. En leverantör av medietjänster (exempelvis ett programföretag) anses vara etablerad

³ <https://www.regeringen.se/49f284/contentassets/f85f3a36d95046b792f03d5c2a1260be/genomforande-av-andringar-i-av-direktivet-dir.-201855.pdf>

⁴ Även medlemmar i EPRA har möjlighet att lämna synpunkter.

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.

Om Storbritannien lämnar EU utan avtal kommer de programföretag som är etablerade i Storbritannien inte längre omfattas av AV-direktivets regler. Det innebär att de programföretag som lyder under brittisk jurisdiktion inte längre kommer omfattas av sändarlandsprincipen. Programföretagen kommer då istället antingen behöva etablera sig i en annan medlemsstat eller förlita sig på andra internationella och nationella regler och avtal för att kunna sända inom hela EU.

1.1.3 AV-direktivet är ett minimidirektiv

AV-direktivet är ett minimidirektiv, vilket innebär att medlemsländerna har möjlighet att ha strängare regler än bestämmelserna i direktivet. 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 i de flesta medlemsländerna i EU. Vi har även strängare regler till skydd för barn, bl.a. får inte tv-sändningar riktade till barn omgärdas av reklam.

1.1.4 Mer lika regler för tv-sändningar och beställ-tv

AV-direktivet har haft olika regler för vanliga tv-sändningar och beställ-tv-tjänster där reglerna för vanlig tv har varit striktare. Genom ändringsdirektivet blir innehållsregleringen för tv-sändningar respektive beställ-tv mer likvärdig när det gäller audiovisuella kommersiella meddelanden och skydd av minderåriga. Även främjande av europeiska produktioner, där krav på kvoter enbart har gällt för vanliga tv-sändningar, får en mer likvärdig reglering. Minst 30 procent av innehållet ska bestå av europeiska produktioner. Det gäller även för tjänster som Netflix och HBO. Andra ändringar är att bestämmelserna om innehåll som uppmanar till hat och skydd av minderåriga skärps.

1.1.5 Kommersiella meddelanden

AV-direktivet innehåller både kvantitativa och kvalitativa regler för så kallade audiovisuella kommersiella meddelanden. Till de olika formerna av audiovisuella kommersiella meddelanden hör bl.a. reklam, sponsring och produktplacering. Det finns flera krav, bl.a. restriktioner gällande alkohol, tobak och läkemedel.

Bestämmelserna om reklam har anpassats till utvecklingen av nya tjänster för att försöka motverka att det striktare regelverket för tv-sändningar leder till olika konkurrensvillkor. Ändringarna innebär att minimireglerna för hur reklam ska placeras, presenteras och utformas blir mer lika mellan tv-sändningar och beställ-tv. Det innebär bl.a. en liberalisering av de kvantitativa annonsreglerna i tv-sändningar och en skärpning av bestämmelserna om utformning av alkoholreklam i beställ-tv. Vissa ändringar görs också i bestämmelserna om sponsring och produktplacering, som förenklas och liberaliseras.

1.1.6 Det redaktionella innehållet

AV-direktivet innehåller även regler som ställer krav på medlemsstaterna och programtjänster 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. Genom ändringsdirektivet utvidgas kraven, bl.a. till att omfatta fler grunder för hat samt uppmaning att begå terroristbrott.

Ett annat krav på redaktionellt innehåll är att medlemsstaterna ska uppmuntra leverantörer av medietjänster att se till att deras tjänster successivt görs tillgängliga för personer med funktionsnedsättning. I det nya direktivet skärps kraven på leverantörerna av medietjänster; de ska aktivt arbeta för att göra innehållet tillgängligt för personer med funktionsnedsättning. Det införs också krav på rapportering av hur arbetet genomförs.

Direktivet ger även fortsättningsvis 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.⁵

Direktivet innehåller också regler om medlemsstaternas skyldigheter angående europeiska produktioner. Målet med dessa regler är att stödja audiovisuell produktion i Europa. Reglerna omfattar även beställ-tv.

Läs mer

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

I direktivet finns det dessutom regler för att skydda barn och unga från att se program med inslag av bl.a. våld och pornografi. Sändningarna ska läggas på sådan tid eller tillhandahållas på sådant sätt att det kan antas att barn inte tar del av programmen. Dessa regler ska nu även omfatta beställ-tv. Det skadligaste innehållet, som till exempel meningslöst våld och pornografi, kommer att vara föremål för de striktaste åtgärderna.

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 (genmäle).

⁵ I 5 kap. 9 § radio- och tv-lagen (2010:696) finns en bestämmelse om hur exklusiva rättigheter till tv-sändningar från evenemang av särskild vikt för det svenska samhället får utnyttjas. Enligt bestämmelsen får bland annat den som innehar den exklusiva rätten till en tv-sändning från ett sådant evenemang, om programföretaget väljer att sända evenemanget, inte utnyttja rättigheten på ett sådant sätt att en väsentlig del av allmänheten i Sverige utestängs från möjligheten att se evenemanget i fri tv. Bestämmelsen ger vidare regeringen möjlighet att genom föreskrifter ange vilka evenemang som är av särskild vikt för det svenska samhället (en evenemangslista).

1.2 STÖDPROGRAM INOM MEDIEOMRÅDET

EU ger varje år ekonomiskt stöd till samarbetsprojekt på kultur- och medieområdet. Inom medieområdet finns stödprogrammet Kreativa Europa med 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. Kommissionen presenterade den 30 maj 2018 ett förslag till nästa period för stödet, 2021–2027. Förslaget bygger vidare på och använder sig av strukturerna för det nuvarande programmet, med programområdena Kultur respektive Media samt ett sektorsövergripande programområde. Kommissionen föreslår att finansieringsramen för genomförandet av programmet ”Kreativa Europa” ska uppgå till 1,85 miljarder euro.⁶

1.2.1 Kreativa Europa

Stödprogrammet Kreativa Europa erbjuder möjligheter för europeiska aktörer inom tv, film, dataspel, 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 bl. a. 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 dataspel). Stöd kan sökas av produktionsbolag, spelutvecklare, utbildningsorganisationer, distributörer, filmfestivaler och andra organisationer inom sektorn. Stöd kan sökas för bl. a. 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

⁶ https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/fakta-pm-om-eu-forslag/programmet-kreativa-europa-2021-2027_H506FPM131

1.3 EN STRATEGI FÖR EUROPAS DIGITALA INRE MARKNAD

I maj 2015 presenterade EU-kommissionen En strategi för Europas digitala inre marknad.⁷ Det är en strategi som syftar till att få EU:s inre marknad att fungera i en alltmer uppkopplad och digital ekonomi. Strategin innehåller både lagstiftande och icke-lagstiftande förslag samt frågor som rör det audiovisuella området.

Inom ramen för arbetet med den digitala inre marknaden har ett nytt regelverk (en kodex)⁸ tagits fram som ersätter fyra tidigare direktiv om elektronisk kommunikation. Det är en reform som gör att det blir mer enhetliga regler för telekommunikation inom EU. Reformen omfattar den europeiska kodexen för elektronisk kommunikation och ett uppdaterat mandat för organet för europeiska regleringsmyndigheter för elektronisk kommunikation, Berec. Direktivet har tagits fram i syfte att stärka konsumentens skydd när det gäller elektroniska tjänster. De skärpta reglerna gör det t. ex. lättare för konsumenterna att byta leverantör och erbjuder bättre skydd för personer som abonnerar på tjänster. Det nya regelverket ska ha införts i medlemsstaterna senast i december 2020. Det är främst den svenska lagen om elektronisk kommunikation som kommer att behöva ses över, men även lagen om standarder för sändning av radio- och TV-signaler.

Digitaliseringsstrategin

Den svenska regeringen har även beslutat om en digitaliseringsstrategi. Det övergripande målet med den 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.

DIGITALISERINGSSTRATEGINS FEM DELMÅL

- 1. Digital kompetens** – I Sverige ska alla kunna utveckla och använda sin digitala kompetens.
- 2. Digital trygghet** – I Sverige ska det finnas de bästa förutsättningarna för att på ett säkert sätt ta del av, ta ansvar för samt ha tillit till det digitala samhället.
- 3. Digital innovation** – I Sverige ska det finnas de bästa förutsättningarna för att digitalt drivna innovationer ska utvecklas, spridas och användas.
- 4. Digital ledning** – I Sverige ska relevant, målmedveten och rättssäker effektivisering ske genom digitalisering.
- 5. Digital infrastruktur** – Hela Sverige bör ha tillgång till infrastruktur som medger snabbt bredband, stabila mobila tjänster och som stöder digitalisering.⁹

⁷ https://ec.europa.eu/commission/priorities/digital-single-market_sv
⁸ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/HTML/?uri=CELEX:32018L1972&from=EN>
⁹ <https://www.regeringen.se/regeringens-politik/digitaliseringsstrategin/?page=2>

1.4 TILLSYNSMYNDIGHETERNAS SAMVERKANSFORUM

Det finns två olika samverkansforum för tillsynsmyndigheter inom medieområdet i Europa. Dessa 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. Ergas uppdrag är att ge råd och bistå kommissionen i dess arbete med genomförandet av AV-direktivet och i alla andra frågor som rör audiovisuella medietjänster inom kommissionen. Erga ska också underlätta samarbetet och ge möjligheter till utbyte av praxis mellan EU:s tillsynsmyndigheter.

Inom Erga finns det för närvarande fyra arbetsgrupper med olika fokusområden. Dessa är mediemångfald (arbetsgrupp 1), Ergas framtid (arbetsgrupp 2), implementeringen av det nya AV-direktivet (arbetsgrupp 3) och gender diversity inom medieområdet (arbetsgrupp 4). I anslutning till arbetsgrupp 1 som handlar om mediemångfald finns en arbetsgrupp (taskforce) som har i särskild uppgift att bevaka frågan om desinformation inför Europavalet. Till arbetsgrupp 3 som handlar om implementeringen av det nya AV-direktivet finns det tre arbetsgrupper (taskforces). De fokuserar på olika områden i AV-direktivet som t.ex. skydd av barn, videodelningsplattformar och sam- eller självreglering.¹⁰ Myndigheten för press, radio och tv deltar i samtliga arbetsgrupper.

10

<http://erga-online.eu/wp-content/uploads/2018/11/ERGA-2018-10-ERGA-Work-Programme-2019.pdf>

A golden crown with intricate details sits on a blue metal railing. In the background, a city skyline is visible across a body of water, with buildings illuminated by lights at dusk. The sky is a mix of blue and orange.

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 INOM MEDIEOMRÅDET

Myndigheten för press, radio och tv är tillstånds- och tillsynsmyndigheten inom medieområdet och har i uppdrag att verka för yttrandefrihet och att främja möjligheten till mångfald och tillgänglighet inom press, radio och tv. Myndigheten tillämpar bl. a. reglerna i radio- och tv-lagen samt presstöds- och mediestödsförordningarna. Inom myndigheten finns två särskilda beslutandeorgan, granskningsnämnden för radio och tv och mediestödsnämnden.

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 informationskunnskap 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. I Regeringskansliet pågår en översyn av Statens medieråds instruktion i syfte att ge förutsättningar för ett långsiktigt uppdrag.

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 bl. a. av produktion och distribution av talböcker och punktskriftsböcker samt lättläst litteratur. Den lättlästa nyhetstidningen 8 Sidor är numera en del av myndigheten.

Post- och telestyrelsen har bl. a. tillsyn över lagen om elektronisk kommunikation som gäller för elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster (LEK). Lagen bygger på EU-direktiv och ger PTS möjlighet att besluta om ramar och regler för marknaden i förväg för att förhindra konkurrensproblem, så kallad förhandsreglering.

Konkurrensverket uppdrag är att arbeta för en effektiv konkurrens i privat och offentlig verksamhet till nytta för konsumenterna. I uppdraget ingår att bedriva tillsyn och ge stöd inom konkurrensområden samt att bedriva tillsyn inom upphandlingsområden.

Konsumentverkets uppdrag är att bland annat se till att producenter av konsumtionsvaror följer vissa regler och lagar till exempel att reklam som riktar sig till konsumenter inte bryter mot lagar och regler.

Justitiekanslern har i likhet med Riksdagens ombudsmän tillsyn över myndigheter och deras tjänstemän. Tillsynen har till syfte att kontrollera att lagar och andra författningar efterlevs.

Självreglering

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

2.2 SVENSK REGLERING AV MEDIER

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.

2.2.2 Yttrandefrihetsgrundlagen

Yttrandefrihetsgrundlagen (YGL) omfattar radio, tv, film, video och databaser. De grundläggande principerna i YGL motsvarar regleringen 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, något tillstånd för verksamheten krävs inte. När det gäller sändning av tv-program genom eter, 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 den till Myndigheten för press, radio och tv (MPRT). Utgivaren är ansvarig för yttrandefrihetsbrott som kan begås under sändning, t.ex. 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 MPRT.

Utgivningsbevis

Privatpersoner, företag, organisationer och myndigheter som inte har ett automatiskt grundlagsskydd kan ansöka om utgivningsbevis hos MPRT för sina databaser. 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 och kan därefter förnyas.

Den 25 maj 2018 trädde den nya dataskyddsförordningen, även kallad GDPR, i kraft och ersatte 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.

2.2.3 Radio- och tv-lagen

Radio- och tv-lagen (2010:696) är den lag som reglerar radio- och tv-sändningar och beställ-tv i Sverige, bl. a. 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 lagen om reklam, sponsring och produktplacering samt regler för att öka möjligheten för personer med funktionsnedsättning att ta del av sändningarna. Det pågår en översyn av radio- och tv-lagen läs mer om den i [kapitel 2.3](#).

Tillstånd för radio- och tv-sändningar

Reglerna om tillståndsgivningen för marksänd radio och tv och sökbar text-tv finns i radio- och tv-lagen och gäller alla som vill sända i marknätet. 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 MPRT. 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 MPRT. Detsamma gäller den som för någon annans räkning bedriver sändningsverksamhet över satellit eller upplåter satellitkapacitet.

De nuvarande tillstånden att sända tv i marknätet går ut 31 mars 2020. MPRT har inlett en tillståndsprocess som öppnar för ansökningar under tidig höst 2019. Den som söker tillstånd måste visa att den har finansiella och tekniska förutsättningar att sända och vara beredd att samverka med övriga tillståndshavare i tekniska frågor.

MPRT lyste under hösten 2017 ut både nationella och regionala/lokala tillstånd som ska gälla för perioden 1 augusti 2018 – 31 juli 2026. De första tillstånden att sända analog kommersiell radio meddelades 1993. Sedan dess har mycket hänt på radiomarknaden. Eftersom alla tillstånd löpte ut den 31 juli 2018 har det funnits en möjlighet att göra förändringar för att skapa bättre förutsättningar för radion. Genom att se över frekvenskartan har det bland annat skapats förutsättningar för tre nationella sändningstillstånd.

2.2.4 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 bl. a. 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, 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 bl.a. annonsplacering, annonstid och annonssignatur. Reglerna gäller inte för sådan reklam som den sändande gör för sin egen 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.

Sponsring

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 huvudsakligen säljer alkohol eller tobak.

Produktplacering

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 t. ex. textning, tolkning och uppläst text. MPRT beslutar om vilka krav som ska ställas på de svenska kommersiella programbolag som sänder tv i marknätet, genom tråd eller satellit. De krav som ställs ska ta hänsyn till programbolagens finansiella förutsättningar. Endast de programtjänster som har en tittartidsandel över 1 procent har särskilda kvoter att uppfylla, d.v.s. kvantitativa och successivt ökande krav per teknik. I dag gäller de kraven för kanalerna TV4, Sjuan och TV12. Programbolagen ska årligen rapportera till MPRT hur de har underlättat för personer med funktionsnedsättning att ta del av deras utbud. Under hösten 2019 inleds arbetet med att bestämma de krav som ska gälla från 1 juli 2020 och framåt.

2.2.5 Granskning av innehåll

Granskningsnämnden för radio och tv är ett särskilt beslutsorgan inom MPRT och 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.

Om ett programbolag bryter mot reglerna om bland annat sponsring och reklam kan granskningsnämnden ansöka hos förvaltningsrätten om att en särskild avgift ska påföras. Om sänd-

ningarna strider mot kraven på t. ex. opartiskhet och saklighet kan programbolaget åläggas att offentliggöra nämndens beslut på lämpligt sätt. Utländska programbolag som sänder till Sverige omfattas inte av de svenska reglerna eller nämndens tillsynsansvar. Förutom granskningsnämnden övervakar Justitiekanslern och Konsumentombudsmannen att vissa regler följs.

2.2.6 Press- och mediestöd

Presstödet infördes som ett driftsstöd till tryckta 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. Presstöd är stöd som enbart kan sökas av allmänna nyhetstidningar, och mediestöd kan sökas av alla typer av allmänna nyhetsmedier.

Sedan den 1 januari 2019 har det skett flera förändringar när det gäller presstödet. Den tidigare presstödsnämnden som beslutar om stöden har bytt till namn till mediestödsnämnden. Det har även införts två nya teknikneutrala stöd för att stärka journalistiken i hela landet:

- Stöd för lokal journalistik i områden som saknar eller har svag journalistisk bevakning. Detta stöd ska kunna sökas av alla typer av nyhetsmedier.
- Innovations- och utvecklingsstöd som ska kunna sökas av alla typer av nyhetsmedier. Stödet kan ges till insatser där digitaliseringen gör att det behövs utveckling och förändring.

För att finansiera de nya stöden har hela anslaget till press- och mediestöd höjts med 55 miljoner kronor för år 2019 och med ytterligare 55 miljoner kronor från och med år 2020. Detta innebär en sammanlagd höjning på närmare 20 procent jämfört med tidigare år. Till skillnad mot presstödet – som är ett rättighetsbaserat stöd – sker fördelningen av de nya stöden i mån av tillgängliga medel. Det betyder att om anslagen redan fördelats till driftstöd eller distributionsstöd betalas inget mediestöd ut.

Presstödsnämnden byter namn till Mediestödsnämnden

Presstödsnämnden bildades 1976 för att administrera stödet och för att följa utvecklingen på dagspressmarknaden. Presstödsnämnden avvecklades som egen myndighet den 30 juni 2015 och MPRT tog över uppgiften. Presstödsnämnden inrättades då som ett särskilt beslutsorgan inom myndigheten. Den 1 januari 2019 bytte presstödsnämnden namn till mediestödsnämnden. Nämnden prövar ansökningar om alla press- och mediestöd och beslutar om vilka sökande som ska få stöd.

Driftsstöd

Driftstödet är den största delen av presstödet och ges till dagstidningar som uppfyller de krav som ställs i presstödsförordningen (1990:524). Tidningen ska bland annat komma ut med minst ett nummer per vecka och ha en abonnerad upplaga på minst 1 500 exemplar för att kunna få stöd. Det ska vara en allmän nyhetstidning eller publikation av dagspresskaraktär med reguljär nyhetsför-

medling 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.

Historiskt sett har driftsstöd framför allt gått till s.k. andratidningar, de tidningar som varit näst störst på utgivningsorten, och mindre tidningar. Det finns dock ingen sådan regel, utan driftsstöd kan beviljas för alla tidningar med en täckningsgrad under 30 procent. Täckningsgraden är den andel hushåll på utgivningsorten som prenumererar på tidningen. Med dagspressens fallande upplagor är det därför allt fler tidningar som kvalificerar sig för att kunna få driftsstöd. Driftsstödets storlek baseras på tidningens utgivningsfrekvens och upplaga, vilket framgår av presstödsförordningen. Stödet får maximalt utgöra 40 procent av tidningens godkända kostnader för utgivningen. Högsta möjliga belopp en tidning kan få är 40 miljoner kr per år.

Totalt har 520 miljoner kronor hittills beviljats i driftsstöd för 2019 för sammanlagt 75 tidningar.

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.

Mediestöd

Mediestöd ges till allmänna nyhetsmedier som bedriver nyhetsbevakning, oavsett innehålls- och spridningsform. Mediestödet har två olika stödformer: stöd för lokal journalistik och innovations- och utvecklingsstöd.

Syftet med stödet är att stärka demokratin genom att främja allmänhetens tillgång till oberoende nyhetsförmedling i hela landet via en mångfald av allmänna nyhetsmedier med redaktionellt innehåll av hög kvalitet. Mediestödet infördes 1 februari 2019.

Stöd för lokal journalistik

Stödet ges för insatser för journalistisk bevakning som innebär att ett nyhetsmedium startar, utökar eller upprätthåller en journalistisk bevakning av ett område som saknar eller har svag bevakning. Syftet är att stärka lokal journalistik i sådana områden. Stödet beviljas per år och kan högst uppgå till en miljon kronor per område. Det kan fördelas mellan högst tre aktörer i samma område, om nämnden anser att det främjar den journalistiska bevakningen av området.

Vid den första ansökningsomgången i april 2019 kom det in drygt 130 ansökningar.

Innovations- och utvecklingsstöd

Stödet ges för insatser eller förstudier för utveckling av redaktionellt innehåll i digitala kanaler, innovationer och utveckling när det gäller digital publicering eller utveckling av digitala affärsmodeller. Innovations- och utvecklingsstöd kan sökas för insatser eller förstudier som avser

- utveckling av redaktionellt innehåll i digitala kanaler,
- innovationer och utveckling när det gäller digital publicering och spridning av det allmänna nyhetsmediets innehåll, eller
- utveckling av digitala affärsmodeller.

Exempelvis kan stöd ges till insatser där digitaliseringen gör att det behövs utveckling och förändring. Det kan t.ex. handla om teknikutveckling kopplat till redaktionellt arbete, att möta ändrade medievanor, tillgängliggöra det redaktionella innehållet till personer med funktionsnedsättning eller att hitta former att finansiera framtidens journalistik. Innovations- och utvecklingsstödet lämnas i form av projektbidrag för högst 40 procent av kostnaden för insatsen eller förstudien. För insatser med särskild betydelse för nationella minoriteter, för barn och unga eller personer med funktionsnedsättning får stöd lämnas med högst 75 procent av kostnaden.

2.3 UTREDNINGAR, UPPDRAG OCH PROPOSITIONER INOM MEDIEOMRÅDET

2.3.1 Pågående utredningar och uppdrag

Översyn av radio- och tv-lagen

Regeringen har tillsatt en utredning för genomförande av ändringar i AV-direktivet och en översyn av radio- och tv-lagen (2018 års AV-utredning, Ku 2018:03). I uppdraget ingår bland annat att analysera förutsättningarna för samreglering och hur ett sådant system skulle kunna vara utformat, inklusive möjligheten att basera en sådan reglering på självreglerande system. Utredaren har i uppdrag att se över den svenska radio- och tv-lagen för att bland annat genomföra kommande ändringar i de gemensamma europeiska reglerna i AV-direktivet. Utredningens direktiv omfattar också frågor kopplade till det förslag som branschorganisationen Utgivarna presenterat om ett utökat medieetiskt självregleringssystem. Branschinitiativ till självreglering kan spela en viktig roll, eftersom utredaren ska se över möjligheten att använda samreglering för att genomföra direktivets regler.

Ändringarna i AV-direktivet innebär bland annat möjligheter att ändra annonsreglerna för tv, ökade krav på åtgärder för skydd av minderåriga och högre krav på europeiskt innehåll i beställ-tv-tjänster, inklusive sådana tjänster som Netflix. En nyhet i direktivet är att grundläggande innehålls- och reklamregler införs för videodelningsplattformar som t.ex. Youtube.¹¹

11

<https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/kommittedirektiv/2018/06/dir.-201855/>

Utredaren ska även överväga:

- om det finns behov att förändra tillståndstiden för annan marksänd tv än public service,
- att lämna förslag om vidareändningsplikten ska omfatta maximalt fyra programtjänster som sänds samtidigt och har olika innehåll samt omfatta text-tv,
- om det finns behov av en reglering motsvarande den som gäller för beställ-tv i relevanta delar för beställradio,
- effektiviteten i vitessanktionen som är kopplad till krav på att göra tv-sändningar tillgängliga för personer med funktionsnedsättning.
- behovet av författningsändringar med anledning av den utvidgade bestämmelsen om innehåll som uppmanar till våld, hat eller terroristbrott.

Utredningen ska redovisa sitt uppdrag senast den 17 augusti 2019.

Utredning av tryck- och yttrandefrihetsfrågor

En parlamentariskt sammansatt kommitté (2018 års tryck- och yttrandefrihetskommitté, Ju 2018:01) har fått i uppdrag att utreda vissa frågor på tryck- och yttrandefrihetens område. Syftet med utredningen är att åstadkomma ett ändamålsenligt grundlagsskydd för tryck- och yttrandefriheten.

Kommittén ska bland annat:

- analysera om public service-företagens oberoende är tillräckligt garanterat genom nuvarande reglering i grundlag och i vanlig lag och annars överväga om oberoendet kan och bör stärkas ytterligare genom ändringar i grundlag,
- överväga om det finns skäl att möjliggöra villkor för radio och tv i allmänhetens tjänst som är oberoende av om sändningen eller tillhandahållandet sker genom tråd eller på annat sätt,
- analysera om yttrandefrihetsgrundlagen medger att det i lag ställs upp krav på vidareändningsplikt av tekniska tilläggstjänster och om så inte är fallet lämna förslag på författningsändringar som medger sådana krav i fråga om tekniska tilläggstjänster för personer med funktionsnedsättning,
- analysera hur yttrandefrihetsgrundlagens utrymme för utkrävande av ansvar vid sändningar som sänds via satellit och som utgår från utlandet förhåller sig till artikel 6.1 i Europakonventionen och överväga om det finns behov av ändringar i grundlag eller annan lag för att Sverige ska kunna anses uppfylla Europakonventionens krav,
- överväga om det finns behov av ändringar i tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen eller vanlig lag för att möjliggöra avbildningsförbud och ingripanden mot överträdelser av sådana förbud med stöd av skyddslagen även när anskaffning sker för publicering i grundlagsskyddade medier,

- göra en översyn av webbsändningsregelns tillämpningsområde i förhållande till dagens tekniska utbud och plattformar för webbsändningar och utifrån denna översyn analysera om regeln är att betrakta som ändamålsenlig och väl avvägd.

Kommittén ska föreslå de författningsändringar som den anser behövs. Uppdraget ska redovisas senast den 26 augusti 2020.

Uppdrag till Statens medieråd att utveckla former för en förstärkt samverkan av insatser för medie- och informationskunnighet

I uppdraget ingår att utveckla former för samarbete mellan statliga myndigheter som arbetar med frågor relaterade till medie- och informationskunnighet (MIK), liksom för en aktiv dialog mellan offentliga och privata aktörer som arbetar med MIK på nationell, regional och lokal nivå. Statens medieråd ska utveckla formerna för insamling och spridning av kunskap för att kunna fungera som en aktiv resurs för andra aktörer. Det kan till exempel innebära att skapa en plattform för MIK-material. Dessutom ska myndigheten verka för att Sverige tar en mer aktiv roll i arbetet på europeisk och internationell nivå. I arbetet ska Statens medieråd beakta de insatser som redan pågår för att öka medie- och informationskunnigheten i samhället inom myndigheter, kommittéer, i skolväsendet, folkbildningen och det civila samhället. Uppdraget ska genomföras i samråd med MPRT, Kungliga biblioteket, Digitaliseringsrådet och utredningen Nationell satsning på medie- och informationskunnighet och det demokratiska samtalet samt efter inhämtande av synpunkter från Post- och telestyrelsen.

Redovisning av uppdraget i form av en lägesrapport av utvecklingsarbetet ska lämnas till Kulturdepartementet senast den 30 maj 2019.

Nationell satsning på medie- och informationskunnighet ska öka motståndskraften mot desinformation och näthat

Regeringen har gett forskaren Carl Heath, chef för digitalisering och lärande på RISE – Research Institutes of Sweden, i uppdrag att arbeta med insatser som ökar människors motståndskraft mot desinformation, propaganda och näthat.

Uppdraget innebär bland annat att:

- samarbeta med relevanta aktörer för att komplettera, förstärka och sprida kunskap om pågående medie- och informationskunnighetsinsatser,
- sammanställa och sprida kunskap om digitala miljöers betydelse för delaktighet och deltagande i demokratin med fokus på desinformation, propaganda och näthat, samt identifiera kunskapsluckor på området,
- sammanställa och sprida goda exempel på metoder som förebygger och motverkar förekomsten och effekterna av desinformation, propaganda och näthat,

- analysera behovet av fortsatta insatser i dialog med berörda aktörer och vid behov lämna förslag på hur insatser och analyser kan tas vidare inom den befintliga myndighetsstrukturen.

Uppdraget ska slutredovisas i sin helhet senast den 1 oktober 2020.

Demokratin 100 år – samling för en stark demokrati

Regeringen har tillsatt en kommitté som har i uppdrag att uppmärksamma att Sveriges demokrati fyller 100 år. Regeringen vill uppmärksamma att det år 2021 är hundra år sedan det första riksdagsvalet där både kvinnor och män fick rösta. En kommitté ska därför under 2018–2021 planera, samordna och genomföra en samling av insatser och aktiviteter för en stark demokrati. Tyngdpunkten i genomförandet ska ligga på år 2021. Insatserna och aktiviteterna ska planeras och genomföras i nära samarbete med relevanta aktörer som arbetar med demokratifrågor och nå ut till en stor del av befolkningen. Kommittén ska uppmuntra en bredd av aktörer att delta, såsom skolväsendet, det civila samhället, myndigheter och kommuner. De insatser och aktiviteter som genomförs ska bidra till att främja demokratin i hela landet. Uppdraget ska slutredovisas senast den 1 juni 2022.¹²

2.3.2 Avslutade utredningar och uppdrag

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.

Ett grundläggande problem som konstaterades av kommittén är att en delar av den reglering som finns för public service nuvarande uppdrag inte är ändamålsenlig. Den blir mer allt mer otillräckligt eftersom en växande del av public service-verksamhet sker på plattformar som inte får regleras i grundlagen. Det betyder att innehållet inte heller får granskas av granskningsnämnden för radio och tv. Regeringen har aviserat att frågan ska utredas i en grundlagsutredning.

Kommittén bedömer att public service-bolagens sändningar även fortsättningsvis ska nå minst 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen via marknät. Utöver marksändningarna bör bolagen få använda de distributionsplattformar som behövs för att nå publiken med sina linjära sändningar.

Public service-bolagen bör få fortsätta utveckla och använda sina egna plattformar för att tillgängliggöra sitt programinnehåll on demand.

När det gäller frågan om hur företagen bör förhålla sig till sociala medier och andra globala distributionsplattformar bedömer kommittén att dessa i huvudsak bör användas för att informera om företagets utbud och för att interagera med publiken. Exklusiva publiceringar bör undvikas och publicering av hela program eller längre delar av program på sociala medier eller andra kommersiella

¹² <https://www.regeringen.se/49f4c0/contentassets/90c194db947e4fc68a0c2b52fdebd029/demokratin-100-ar--samling-for-en-stark-demokrati-dir.-201853.pdf>

distributionsplattformar bör ske endast om det bedöms vara nödvändigt för att nå en viss publik som inte kan nås via de egna plattformarna. Företagen bör ha öppna och tydliga riktlinjer om hur de förhåller sig till sociala medier.

Kommittén slår fast att public services innehållsuppdrag fortsatt ska vara brett eftersom det endast genom en bredd i utbudet är möjligt att attrahera och tilltala hela publiken.

Vikten av public services speglingsuppdrag och folkbildningsuppdrag betonas av kommittén, vilket även innefattar bolagens arbete med medie- och informationskunnighet.

När det gäller att tillgängliggöra ett utbud för barn och unga är det svårt för public service att nå den aktuella publiken. Genom en större flexibilitet att välja plattform för tillgängliggörandet av innehållet för barn och unga bedömer kommittén att utbudets synlighet kan öka.

Kommittén föreslår att SR och SVT inom ramen för sin nyhetsverksamhet ska stärka sin journalistiska bevakning i svagt bevakade områden. De föreslår även att SR och SVT i sin nyhetsverksamhet ska ta hänsyn till kvalitativa nyhetsmedieaktörers konkurrensförutsättningar för att värna en mångfald av perspektiv och därmed fokusera sin nyhetsverksamhet till att tillhandahålla ljud respektive rörlig bild.

Kommittén föreslår att public service-bolagen, vid uppfyllandet av innehållsuppdraget, får tillgodoräkna sig verksamhet som bedrivs på egna plattformar på fritt tillgängliga och öppna delar av internet. Varje enskilt innehållsvillkor ska dock huvudsakligen uppfyllas i marknätet.

Förhandsprövning av tjänster

Kommittén bedömer att vissa ändringar i systemet med förhandsprövning av tjänster behöver göras för att det ska fungera effektivt och upplevas som legitimt både av public service-bolagen och av andra aktörer på mediemarknaden. Med denna utgångspunkt föreslår kommittén att förhandsprövningen begränsas till nya tjänster av större betydelse, liksom väsentliga ändringar av befintliga tjänster, inom ramen för public service-bolagens kompletterande verksamhet. Kommittén föreslår även att berörda intressenter ska kunna begära hos MPRT att en ny tjänst eller en väsentlig ändring av en befintlig tjänst hos något av public service-bolagen ska förhandsprövas. Om MPRT utifrån en sådan begäran bedömer att en förhandsprövning är nödvändig ska en sådan genomföras. Om regeringen efter genomförd förhandsprövning inte godkänner en tjänst som redan har lanserats ska bolaget upphöra att erbjuda tjänsten.¹³

Betänkandet har remissbehandlats och en proposition kommer att lämnas i maj eller juni 2019.

Läs mer

På Regeringens hemsida kan du läsa mer om [den nya public serviceavgiften](#).

¹³ <https://www.regeringen.se/49dde7/contentassets/faf1e6260e554e3fa84d300462759c31/ett-oberoende-public-service-for-alla--nya-mojligheter-och-okat-ansvar-sou-201850.pdf>

Ny finansiering av public service

Den nuvarande radio- och tv-avgiften har ersatts med en individuell public service-avgift som ska betalas av alla över 18 år från och med den 1 januari 2019. Avgiften uppgår till 1 procent av den beskattningsbara förvärvsinkomsten upp till 1 347 kronor per person och år. Skatteverket har övertagit ansvaret för uppbörderna av avgiften, vilket innebär att Radiotjänst i Kiruna AB avvecklas.

Frekvenser i samhällets tjänst

Regeringen beslutade den 12 oktober 2017 att tillsätta en särskild utredare med uppdrag att föreslå hur frekvensanvändningen kan planeras på lång sikt, 2027–2047, för att kunna möta samhällets behov så effektivt som möjligt.

Utredningen lämnade bland annat elva förslag som syftar till att kunna möta framtida radiospektrumbehov så effektivt som möjligt. Vissa av förslagen innebär lag- och förordningsändringar, andra förslag är av mer strategisk karaktär. Två av förslagen handlar om frekvensanvändningen för radio och tv i marknätet. Utredningen ser att det finns en minskande efterfrågan på att ta emot radio och tv i marknätet. Det skulle kunna innebära ökade svårigheter för public service-företagen att nå ut med sitt innehåll till hela befolkningen. En avtagande efterfrågan att ta emot tv och även digital ljudradio över marknätet kan leda till ändringar i de internationella allokeringarna vilket Sverige bör vara förberedda på enligt utredningen. De föreslår även att det borde införas en möjlighet att ställa villkor om att sända public service-innehåll i de tillstånd som krävs för att använda radiosändare. Det skulle kunna bli ett verktyg för att säkerställa att befolkningen fortsatt får tillgång till public service-innehåll.

Uppdraget slutredovisades den 31 december 2018.¹⁴

Genomförande av webbtillgänglighetsdirektivet

Den nya lagen om webbtillgänglighet trädde i kraft den 1 januari 2019. Lagen genomför EU-direktiv om tillgänglighet avseende offentliga myndigheters webbplatser och mobila applikationer. Det innebär att till exempel webbplatser och digitala tjänster som tillhandahålls av offentlig sektor ska bli mer tillgängliga. Den nya lagen syftar till att webbplatser och mobila applikationer inom offentlig sektor ska bli mer tillgängliga, framför allt för personer med funktionsnedsättning. Detta ska uppnås genom att bl. a. ställa tydligare krav på hur sådan digital service ska vara utformad för att vara tillgänglig. Krav på tillgänglighet ska, så långt det är möjligt även ställas på digital service som tillhandahålls via sociala medier av aktörer som omfattas av den nya lagen.¹⁵

¹⁴ https://www.regeringen.se/48f69e/contentassets/31481aaa019044fda6f70c47569a715d/sou-2018_92_webb.pdf

¹⁵ <https://www.regeringen.se/49d59a/contentassets/7a4463d76fe54d17a808f8d2cb2a6524/genomforande-av-webbtillganglighetsdirektivet.pdf>

