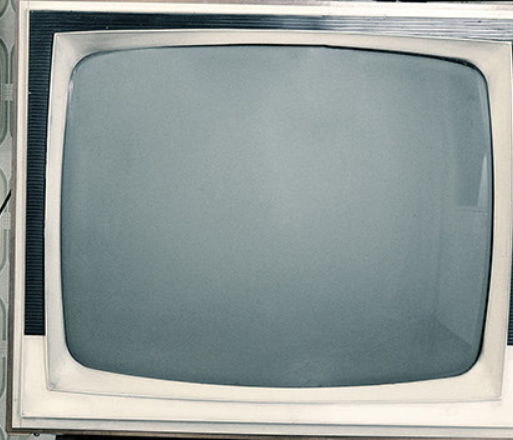




MEDIEUTVECKLING

# MEDIEPOLITIK

# 2016



 myndigheten för  
press radio och tv



<b>1</b>	<b>DEN EUROPEISKA MEDIEPOLITIKEN</b>	<b>4</b>
	1.1 Direktivet om audiovisuella medietjänster	6
	1.2 Stödprogram inom medieområdet	10
	1.3 Strategi inom medieområdet	11
	1.4 Nätverk och organisationer	12
<b>2</b>	<b>DEN SVENSKA MEDIEPOLITIKEN</b>	<b>13</b>
	2.1 Regelverk	15
	2.2 Utredningar inom medieområdet	20



**MEDIA**

**INTERNET**

**RADIO**

**TELEVISION**

## INLEDNING

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 och andra aktiviteter inom medieområdet. Därefter kommer vi in på det svenska regelverket och avslutningsvis skriver vi något om aktuella utredningar 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. Tanken är att denna rapport ska komma ut årligen.

The background is a close-up, slightly wrinkled blue fabric with twelve yellow five-pointed stars arranged in a circle. A white diamond shape is centered on the page, containing the number 1 and the title text.

**1**

**DEN EUROPEISKA  
MEDIEPOLITIKEN**

EU har en gemensam politik inom det audiovisuella området för att främja den europeiska mediemarknaden. Det övergripande målet med den audiovisuella politiken är att skapa en gemensam konkurrenskraftig marknad. Det gör EU genom att fastställa regler och riktlinjer för gemensamma frågor inom medieområdet. 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 medlemsländerna. Den typen av mjuk lagstiftning handlar mer om att försöka påverka medlemsstaterna och aktörerna inom mediebranschen att använda sig av EU:s strate-

gier för att uppnå en önskvärd utveckling inom den europeiska mediesektorn. Ett exempel på detta är Europeiska kommissionens rekommendation från 2009 om mediekunnighet (media literacy) i en digital värld, där medlemsländerna uppmanas att ta olika initiativ för att öka mediekunnigheten hos befolkningen. EU ger även ekonomiskt stöd till vissa delar av branschen via ramprogrammet Kreativa Europa.

Mediepolitiken berörs också i hög grad av EU-beslut på andra områden, inom exempelvis telekom, skatter, konkurrens, upphovsrätt och statsstöd men dessa områden täcks inte in av den här rapporten.

### Kort om audiovisuell politik

EU:s audiovisuella politik genomförs på följande sätt.

- Rättsliga ramar som är bindande
  - *Direktivet om audiovisuella medietjänster (AV-direktivet)*
- Finansieringsprogram
  - *Kreativa Europa*
- Strategier som inte är bindande
  - *till exempel strategi för en digital inre marknad.*

### Läs mer

På EU:s officiella webbplats [http://europa.eu/index\\_sv.htm](http://europa.eu/index_sv.htm) kan du läsa mer om bland annat hur beslut fattas inom EU:s olika organ.

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 om-

fatta 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 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 blir kritiserade i en tv-sändning ges rätt att bemöta kritiken (genmäle).

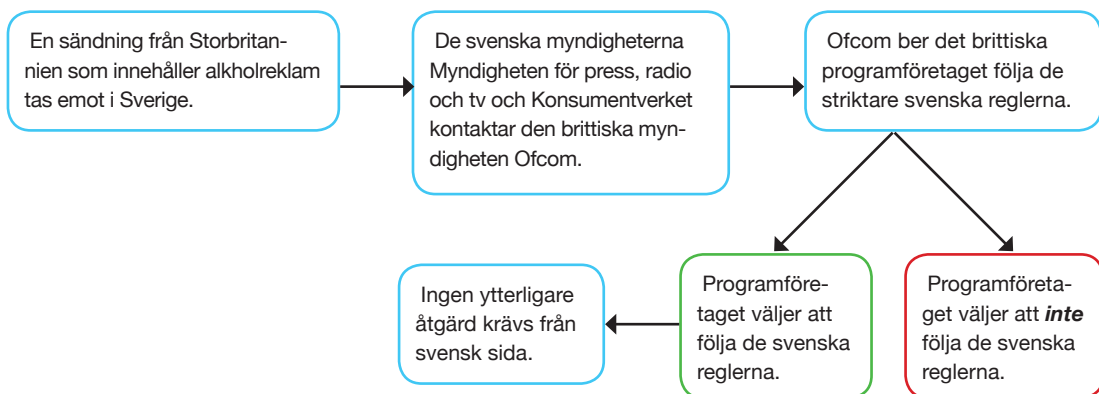
## Sändarlandsprincipen

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.

## Tillämpning av undantag från sändarlandsprincipen

### Steg 1



## AV-direktivet är ett minimidirektiv

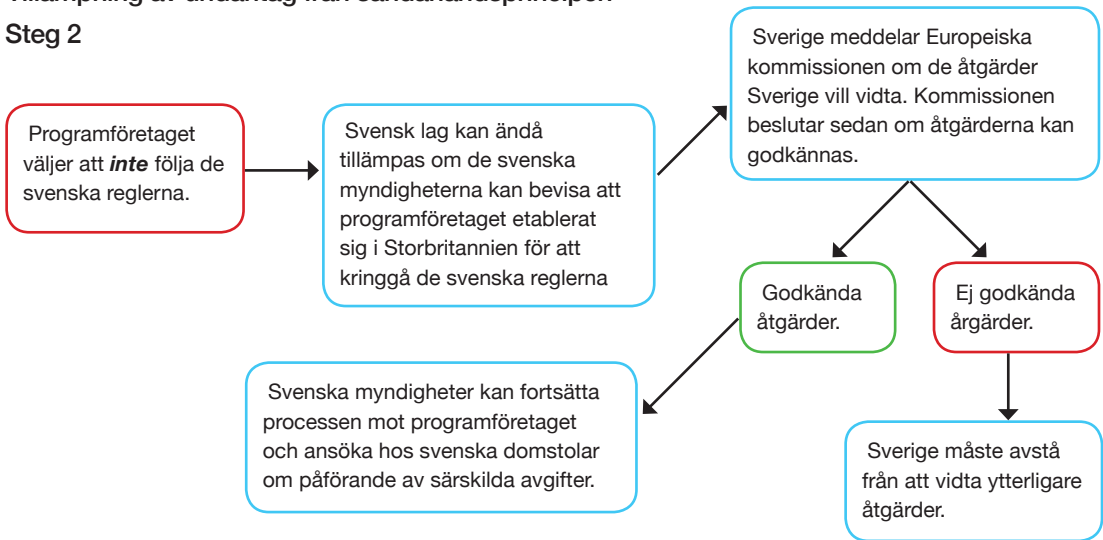
AV-direktivet är ett minimidirektiv, vilket innebär att medlemsländerna har möjlighet att ha strängare regler än vad som följer av direktivets bestämmelser. Medlemsländernas lagar och regler kan därför se olika ut vad gäller exempelvis bestämmelser om skydd av barn och om alkoholreklam i tv. I Sverige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

## Undantag från sändarlandsprincipen

Det finns en möjlighet till undantag från sändarlandsprincipen och för att illustrera det används här ett exempel där Sverige tar emot en tv-sändning som sänds från Storbritannien och som innehåller reklam för alkohol. I det fallet strider sändningarna från Storbritannien mot Sveriges striktare regler för alkoholreklam. Det finns då ett förfarande enligt AV-direktivet som kan göra det möjligt för Sverige att tillämpa de svenska striktare reglerna på tv-sändningen trots brittisk jurisdiktion. Förfarandet är uppdelat i flera steg och förklaras förenklat i figuren nedan.

## Tillämpning av undantag från sändarlandsprincipen

### Steg 2



### 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 tabblägger innehållet och väljer när ett visst program ska visas.

### 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.

### 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



audivuella 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.

marknaden i vilken det föreskrivs en översyn av direktivet under år 2016.

Den 25 maj 2016 lade EU-kommissionen fram ett förslag om ett moderniserat direktiv för audiovisuella medietjänster. Förslaget eftersträvar en bättre balans i de bestämmelser som i dag gäller för traditionella programbolag och leverantörer av on line-tjänster, särskilt när det gäller att skydda barn. De föreslagna ändringarna i direktivet ska också stärka främjandet av den europeiska kulturella mångfalden, säkra regleringsmyndigheternas oberoende och ge programbolagen större flexibilitet när det gäller reklam.

#### Läs mer

På [Europeiska kommissionens webbplats](#) kan du läsa mer om AV-direktivets översyn.

## Översyn av AV-direktivet

Den tekniska utvecklingen har inneburit stora förändringar för mediemarknaden, vilket ställer nya krav på den europeiska mediepolitiken och därför pågår en översyn av AV-direktivet. Europeiska kommissionen bjöd tidigare in intressenter till en öppen konsultation om hur de gemensamma europeiska reglerna för audiovisuella tjänster kan förbättras och moderniseras. Målgrupperna för konsultationen var bland annat nationella tillsynsmyndigheter, radio- och tv-bolag, producenter, innehållsleverantörer och leverantörer av telekomtjänster. De områden som lyftes fram var marknadens eventuella ansvar, skydd av framförallt barn, främjandet av europeiska verk, tillgång till information samt regleringen av reklam online. Samrådet pågick till den 30 september 2015 och är en del av strategin för den digitala inre



**E**U 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.

### 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 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 dataspel). 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](http://www.kreativaeuropa.eu)



De EU-strategier som tas fram inom medieområdet syftar till att försöka påverka medlemsstaterna och aktörerna inom mediebranschen att uppnå en önskvärd utveckling inom den europeiska mediesektorn. Strategin för en digital inre marknad bygger vidare på idén om en gemensam marknad inom EU vilket bland annat innebär att avskaffa handelshinder mellan medlemsstaterna. För den digitala marknaden är det särskilt viktigt att näthandeln över gränserna fungerar.

### Strategi för en digital 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 en alltmer uppkopplad och digital ekonomi. Strategin innehåller både lagstiftande och icke-lagstiftande förslag som är tänkta att genomföras av EU:s medlemsstater. Strategin fokuserar på tre övergripande områden. Dessa är;

- Förbättra företags och konsumenters tillgång till varor och tjänster på internet i Europa, genom att ta bort hinder för verksamhet över gränserna.

- Skapa rätt förutsättningar för framväxten av digitala nätverk och innovativa tjänster.
- Maximera tillväxtpotentialen för EU:s digitala ekonomi, genom exempelvis investeringar i it-infrastruktur, digitala kunskaper och offentliga e-tjänster.

Europaparlamentet antog den 19 januari 2016 en resolution för att bereda vägen mot en rättsakt för den digitala inre marknaden. Resolutionen kommer ingå i de 16 initiativ<sup>1</sup> som EU-kommissionen ska presentera i slutet av 2016, som ett led i strategin för en inre digital marknad i Europa<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-15-4919\\_sv.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4919_sv.htm)

<sup>2</sup> <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015DC0192&from=SV>

## 1.4

## Nätverk och organisationer



Det finns flera organisationer och nätverk som på olika sätt verkar inom medieområdet i Europa. Bland dessa kan EPRA, ERGA, EBU, EAO och ITU nämnas.

### EPRA

European Platform of Regulatory Authorities (EPRA) är en organisation som bildades 1995 med syftet att öka samarbetet mellan de europeiska tillsynsmyndigheterna inom medieområdet. [>>Läs mer här.](#)

### ERGA

European Regulators Group for Audiovisual Media Services (ERGA) är ett nätverk för Europas tillsynsmyndigheter inom medieområdet och bildades av kommissionen i mars 2014. [>>Läs mer här.](#)

### EBU

European Broadcasting Union (EBU) är en sammanslutning för public service-medier. EBU har 73 public service-bolag som medlemmar i 56 länder. [>>Läs mer här.](#)

### EAO

European Audiovisual Observatory (EAO) inrättades i Strasbourg 1992 med syftet att ta fram information om mediebranschen. MAVISE är en databas utvecklad av EAO som innehåller information om tv-kanaler och medieföretag inom EU. [>>Läs mer här.](#)

### ITU

ITU är ett organ inom FN för informations- och kommunikationsteknik - IKT. ITU fördelar globala radiospektrum och satellitbanor, utvecklar tekniska standarder och strävar efter att förbättra tillgången till IKT i världen. [>>Läs mer här.](#)



The background of the image features the Swedish flag on the left and the European Union flag on the right. The Swedish flag consists of a blue field with a yellow Scandinavian cross. The European Union flag is a blue field with twelve yellow five-pointed stars arranged in a circle. A white diamond shape is overlaid in the center of the image, containing the text.

**2**

**DEN SVENSKA  
MEDIEPOLITIKEN**



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

### 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 presstödet.

**Statens medieråd** är en expertmyndighet som arbetar med att ta in, tolka och sprida forskning om barns och ungas mediesituation, 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, PTS**, har tillsyn över lagen om elektronisk kommunikation som gäller för elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster.

### Självreglering

Medierna styrs inte bara av lagar utan det finns även frivilliga regler. Pressen har egna frivilliga etiska regler som övervakas av Pressens Opinionsnämnd (PON), Allmänhetens Pressombudsman (PO) och Reklamombudsmannen (RO).



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.

### 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 informations-spridning och anonymitet samt förbud mot censur och efterforskning av källor. Den innehåller även en särskild brottskatalog över tryckfrihetsbrott, som hets mot folkgrupp och förtal.

### 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 mark-sänd 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.

### Kort om grundlagsskyddet

*Grundlagsskyddet innebär bland annat att:*

- Särskilda ansvarsregler gäller för yttrandefrihetsbrott.
- Det bara är utgivaren som ansvarar för det som publiceras.
- Meddelare har rätt att vara anonyma.
- Myndigheter inte får förhandsgranska eller försvåra publicering (censurförbud).
- Personuppgiftslagen (PuL) inte gäller om tillämpningen av lagen strider mot yttrandefrihetsgrundlagen.

## 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 finns i radio- och tv-lagen och 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.

## 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 annonssignatur. 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 huvudsakligen 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.

De skyldigheter som myndigheten beslutade om år 2011 och som gäller till och med juni 2016 har bidragit till att fler programtimmar har blivit tillgängliggjorda för personer med funktionsnedsättning. För TV4 AB, den enda aktören med successivt ökande kvoter för att tillgängliggöra ljud respektive bild, visar resultatet bland annat att det skett en tydlig ökning av tillgängliggörande genom textning, tecken-språkstolkning och syntolkning av program.

### 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.

## 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.

## Presstödsnämnden

Presstödsnämnden bildades 1976 för att administrera stödet och för att följa utvecklingen på dagspressmarknaden. Presstödsnämnden avvecklades som egen myndighet den 30 juni 2015

## Fördelning av presstöd

MSEK	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Driftsstöd	502,8	499,8	474	459,9	463,6	436,2
Distributionsstöd	66,8	65,4	61,3	57,6	55,4	50,5

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.

## Driftsstödet

Driftsstödet 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. 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 kommer att delas ut i mån av tillgängliga medel, för 2016 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 tidningen innehåll.
3. Utveckling av digitala affärsmodeller.

Förordningen trädde i kraft den 15 april 2016 och ansökningarna kommer att prövas av presstödsnämnden vid Myndigheten för press, radio och tv.

## Presstödet och EU:s statstödsregler

Europeiska kommissionen har ansvar för tillämpningen av EU:s regler om statligt stöd i näringslivet. Medlemsstaterna är skyldiga att anmäla allt nytt stöd som inrättas och förändringar av villkor för befintligt stöd.<sup>1</sup> Presstödet har ansetts utgöra statligt stöd bland annat beroende på att den svenska marknaden för dagstidningar är öppen för internationell konkurrens och att stödet därmed kan påverka handeln inom gemenskapen.<sup>2</sup>

När EU-kommissionen granskade det svenska presstödet 2011 ändrades vissa av bestämmelserna i presstödsförordningen för att säkerställa att den inte skulle stå i strid med EU:s statsstödsregler. Kommissionen bedömde bland annat att

det var nödvändigt att begränsa stödbeloppen för storstadstidningar och införa gränser för hur stor del av tidningsföretagens kostnader som får täckas av driftsstödet. Därutöver skulle systemet för presstöd tidsbegränsas och en översyn av dess inverkan på mediemångfalden och konkurrensen genomföras innan systemet eventuellt förnyas. EU-kommissionen har godkänt en svensk begäran om förlängning av det nuvarande presstödsystemet till och med 2019. Den pågående Medieutredningen har nu i uppdrag att analysera behovet av nya mediepolitiska insatser när presstödet i dess nuvarande form upphör.

<sup>1</sup> Fördraget om Europeiska unionens funktionssätt (EUFördraget)

<sup>2</sup> Översyn av det statliga stödet till dagspressen (SOU 2013:66)  
Slutbetänkande av Presstödskommittén Stockholm 2013

### Mediegrundlagsutredningen

En parlamentariskt sammansatt kommitté ska utreda vissa frågor på det tryck- och yttrandefrihetsrättsliga området. Kommittén ska bland annat:

- Göra en språklig och strukturell översyn av tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen.
- Analysera om skyddet för den personliga integriteten i databaser med utgivningsbevis är tillräckligt.
- Göra en översyn av databasregeln, vilket bland annat innefattar frågor om preskription och ansvar för information i databaser.
- Analysera om möjligheterna för Sverige att delta i internationellt rättsligt samarbete på det tryck- och yttrandefrihetsrättsliga området bör utökas.
- Analysera om det finns behov av en undantagsbestämmelse i grundlagarna om produktinformation.
- Analysera om det finns behov av förändringar på radio- och tv-området när det gäller främjande av europeiska produktioner och krav på tillgängliggörande för personer med funktionsnedsättning.

Kommittén ska föreslå de grundlagsändringar och andra lagändringar som den finner motiverade. Uppdraget ska redovisas senast den 1 september 2016.

### Medieutredningen

Regeringen beslutade den 5 mars 2015 att ge en särskild utredare i uppdrag att analysera behovet av nya mediepolitiska insatser när presstödet i dess nuvarande form upphör. Med utgångspunkt i analysen ska utredaren lämna förslag till utformning av nya mediepolitiska verktyg. Den del av uppdraget som avser att analysera behovet av insatser redovisades i oktober 2015 i delbetänkandet *Medieborgarna & medierna. En digital värld av rättigheter, skyldigheter – möjligheter och ansvar* (SOU 2015:94). Uppdraget att föreslå nya mediepolitiska verktyg ska redovisas senast den 31 oktober 2016.

I Medieutredningens delbetänkande identifierades ett antal balanspunkter som utredningen anser vara avgörande för medielandskapets positiva utveckling.

## Medieutredningens balanspunkter

*Balansen mellan:*

- granskare och granskade
- öppenhet och integritet
- stad och land,
- offentligt finansierade medieföretag och fria, kommersiella medieföretag
- dominanta aktörer och övriga
- produktion och distribution
- nationella och globala media
- medieföretag och medieborgare
- marknad och publicistik
- staten och medieaktörerna.

## Medieutredningens 17 punkter om public service:

- sammanslagning av de tre bolagen
- stärkt oberoende ställning
- alternativa finansieringsmodeller
- sponsringens existens och marknadspåverkan
- den digitala distributionen och konvergensen
- på väg bort från kanaler
- ny konkurrensbedömning
- skärpt förhandsprövning
- kortare tillståndsp perioder
- att stärka den granskande demokrati-funktionen
- en genomlysning av verksamheten
- en modernare begreppsapparat
- oberoende utvärdering och granskning,
- nya nyckeltal
- utvecklade metoder för användarnas återkoppling
- ett nytt självreglerande medieetiskt system
- tydligare styrdokument.

### Läs mer

[www.medieutredningen.se/](http://www.medieutredningen.se/)

Utredningen ska även i sin analys beakta uppdragen för public service-bolagen. Det ingår inte i uppdraget att föreslå förändringar avseende radio och tv i allmänhetens tjänst för den innevarande tillståndsp perioden, som löper till och med 2019. Utredningen kan däremot peka på frågeställningar som behöver utredas närmare inför nästa tillståndsp period vilket de gjorde i en promemoria om public service. Den överlämnades till regeringen i mars 2016 med 17 punkter som utredningen anses bör utredas vidare inför nästa tillståndsp period.

## Public service-bolagens påverkan på mediemarknaden

Public service-bolagen, Sveriges Radio AB (SR), Sveriges Television AB (SVT) och Sveriges Utbildningsradio AB (UR) har ett särskilt samhällsansvar genom uppdraget att verka i allmänhetens tjänst. Deras verksamhet ska präglas av oberoende, självständighet och mångfald samt tillgänglighet för alla. Bolagen finansieras genom radio- och tv-avgiften och ägs av Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Radio AB, Sveriges Television AB och Sveriges Utbildningsradio AB.

Regeringen gav i december 2013 Myndigheten för radio och tv i uppdrag att analysera hur verksamheterna i public service-bolagen påverkar mediemarknaden, när det till exempel gäller konkurrenssituationen och marknadens utveckling i stort. Uppdraget var att identifiera och beskriva hur public service-bolagens verksamheter påverkar mediemarknaden. I myndighetens redovisning av uppdraget i september 2015 bedömer myndigheten att den största påverkan på mediemarknaden ligger i den pågående digitaliseringen och globaliseringen i sig. Myndighetens samlade bild av public service-bolagens verksamheter är att de i grunden har en positiv påverkan

på mediemarknaden genom att de erbjuder ett såväl brett som smalt utbud till de svenska mediekonsumenterna, på både traditionella och nya plattformar. Public service-bolagens verksamheter har enligt myndighetens mening en såväl positiv som negativ påverkan på mediemarknaden. Trots den negativa påverkan är det myndighetens sammantagna bedömning att public service-bolagen, utifrån sina givna uppdrag, inte kan anses agera på ett sätt som uppenbart hindrar konkurrerande aktörer från att etablera, driva och utveckla sina medieverksamheter.

Myndighetens redovisning ska kunna utgöra ett delunderlag för den översyn som enligt riksdagens beslut ska göras efter halva tillståndsperioden, det vill säga 2016 (Ku2013/2522/MFI). I rapporten konstateras att det finns ett behov av att fortsätta att följa utvecklingen av public service-bolagens påverkan och att grundligt analysera denna inför den kommande tillståndsperioden för att ge tydliga spelregler och att definiera vilken roll public service-verksamheterna ska ha i det digitala medielandskapet.

#### Läs mer

Du kan läsa mer under [projekt](#) på vår webbplats. [www.mprt.se](http://www.mprt.se)

## Översyn av förhandsprövningen

Public service-bolagen ska enligt sina anslagsvillkor anmäla nya tjänster för godkännande av regeringen. Det är Myndigheten för press, radio och tv som ska göra själva förhandsprövningen av tjänsterna och sedan är det regeringen som ska godkänna eller inte godkänna dem. Prövningen ska göras för nya permanenta programtjänster som SR, SVT och UR vill lansera eller andra tjänster av större betydelse. Myndigheten för press, radio och tv ska bedöma den anmälda tjänstens marknadspåverkan samt hur och i

vilken omfattning tjänsten bidrar till att public service-bolaget uppfyller sitt uppdrag som bland annat är att förse allmänheten med program som är oberoende, opartiska och sakliga. Hittills har inga tjänster anmälts för prövning.

I maj 2014 fick Myndigheten för press, radio och tv i uppdrag att se över systemet med förhandsprövning av nya tjänster hos SR, SVT och UR. Myndigheten skulle bland annat undersöka om det finns behov av att skärpa kravet på anmälan av nya tjänster, med tanke på att ingen ny tjänst ännu har anmälts. Uppdraget skulle utföras med beaktande av bestämmelserna i yttrandefrihetsgrundlagen till skydd för yttrandefriheten. Om det bedömdes motiverat skulle myndigheten lämna förslag till förändringar. Det förslag som lämnades till regeringen i september 2015 var att intressenter ska ges en formaliserad möjlighet att begära en prövning av om en tjänst borde vara föremål för förhandsprövning. Granskningsnämnden för radio och tv ska ges ett förtydligat uppdrag att, med utgångspunkt i en begäran från en intressent och utifrån public service-bolagens egna årliga redovisningar av hur uppdragen uppfyllts, pröva om en tjänst är anmälningspliktig. Public service-bolagen ska dock, med beaktande av bestämmelserna i yttrandefrihetsgrundlagen till skydd för yttrandefriheten, självständigt avgöra om en anmälan ska göras även för det fall granskningsnämnden funnit att en viss tjänst är anmälningspliktig.

#### Läs mer

Du kan läsa mer under [projekt](#) på vår webbplats. [www.mprt.se](http://www.mprt.se)

## Förslag till en evenemangslista

I radio- och tv-lagen finns bestämmelser som innebär en möjlighet för regeringen att utforma föreskrifter om vilka evenemang som är av särskild vikt för det svenska samhället (en så kallad evenemangslista), och som därmed ska sändas i fri tv som en väsentlig del av befolkningen har tillgång till. Om en evenemangslista införs måste den godkännas av EU-kommissionen, som bland annat undersöker om listan överensstämmer med unionsrätten, såsom kraven på proportionalitet och förenlighet med konkurrensregler.

I november 2015 fick dåvarande Myndigheten för radio och tv i uppdrag av regeringen att ta fram ett förslag till en evenemangslista med villkor om högre befolkningstäckning än 80 procent. Myndigheten föreslog att en väsentlig del av allmänheten inte utestängs från möjligheten att ta del av ett evenemang om minst 90 procent av tv-befolkningen har tillgång till programtjänsten som evenemanget sänds i. Myndigheten föreslog även att med fri tv bör avses de programtjänster som okrypterat kan tas emot av den svenska allmänheten utan extra betalning utöver licensavgift och i förekommande fall grundanslutningsavgift till ett kabelnät eller motsvarande.

Myndigheten redovisade uppdraget till regeringen den 29 februari 2016 genom sin rapport *Evenemangslista, rapport med förslag till en evenemangslista*.

### Evenemangslistan

De evenemang som enligt myndighetens bedömning skulle kunna vara aktuella för en lista är följande.

- De olympiska sommar- och vinterspelen
- De paralympiska sommar- och vinterspelen
- VM i fotboll för herrar och damer:
  - matcher och kvalifikationsmatcher med svenskt deltagande samt semifinaler och finaler
- EM i fotboll för herrar och damer:
  - matcher och kvalifikationsmatcher med svenskt deltagande samt semifinaler och finaler
- VM i ishockey för herrar:
  - matcher med svenskt deltagande samt semifinaler och finaler
- VM i längdskidåkning
- VM i alpin skidsport
- VM i friidrott
- Vasaloppet
- Nobelfesten

### Läs mer

Du kan läsa mer under [projekt](#) på vår webbplats. [www.mprt.se](http://www.mprt.se)