

Nr 160

Av herr Hammar m. fl., om en upplysningskampanj rörande alkoholbrukets speciella risker för ungdom.

(Lika lydande med motion nr 139 i Första kammaren)

I en interpellationsdebatt i andra kammaren hösten 1962 angående ungdomsfylleriet uttalade finansminister Sträng att alla torde vara överens om att »den stigande spritkonsumtionen bland ungdomen och de allvarliga missförhållanden som står i samband härmed är ett centralt nykterhetspolitiskt problem i dag, om inte rent av det mest påträngande problemet». Ungdomsfylleriets fortsatta ökning är ett statistiskt väldokumenterat faktum och bara ett av beläggen för riktigheten i uppfattningen att frågan om alkoholbruket bland ungdomen nu är det nykterhetspolitiska huvudproblem som påkallar särskild uppmärksamhet av statsmakterna och därav föranledda åtgärder.

Den stora ökningen av ungdomsfylleriet och vetskapen om att många unga alkoholmissbrukare fått dryckerna genom annan person utgjorde bakgrunden till kampanjen »Skaffa inte sprit till ungdom», som organiserades under sommaren 1961, startade den 20 september samma år och pågick till i maj 1962 under ledning av samarbetsnämnden i alkoholfrågan, vari ingår företrädare för fyra centrala ämbetsverk, Landsorganisationen, nykterhetsrörelsen, idrottsrörelsen m. fl. Kampanjen kostade omkring 230 000 kr., varav 130 000 kr. i statsmedel och 92 000 kr. från systembolaget.

Det framgår av en redogörelse för kampanjen att denna möttes av välvilja och intresse praktiskt taget överallt och att organisationer, pressen, statliga organ, barnvårds- och nykterhetsnämnder m. fl. aktivt medverkade. Enligt en SIFO-undersökning hade 75 % män och 65 % kvinnor i åldern 15 till 75 år observerat kampanjbilden; enbart bland ungdom i åldern 15—18 år var procenten 87. Inte mindre än 75 % män och 64 % kvinnor av dem som observerat kampanjbilden visste, att den gällde propaganda mot spritöverlåtelse till ungdom. Även med hänsyn till vissa möjliga felmarginaler har man fått den uppfattningen att kampanjen lyckats vinna ovanligt stor räckvidd. Ett begränsat men ytterst viktigt och aktuellt avsnitt av alkoholproblemet kom under debatt, och samhällets och de enskildas uppmärksamhet skärptes. Kampanjen utlöste en aktivitet som kom att innefatta en betydelsefull upplysningsverksamhet inte bara om överlåtelse av sprit utan också om det vidare problemet om ungdomen och alkoholen.

Samhällets och organisationernas upplysnings- och informationsarbete i alkoholfrågan spänner över ett mycket stort område och har en inte obetydlig omfattning. Det uträttas långt mer i nykterhetsfrämjande syfte än man skulle kunna tro genom nykterhetsundervisningen i skolorna, nykterhetsrörelsens mångskiftande verksamhet, nykterhetsvårdens arbete, informationer på arbetsplatser etc. Ingen lär dock vilja påstå att vad som görs räcker till. Arbetet behöver utvidgas, särskilt det förebyggande.

Den såvitt man förstår lyckade kampanjen »*Skaffa inte sprit till ungdom*» ger vid handen, att det hittillsvarande nykterhetsfrämjande arbetet kan kompletteras med ibland återkommande punktkampanjer, upplagda med syfte att intressera andra grupper än de som nås med hittillsvarande medel.

En brist i dagens allmänna och långsiktiga upplysnings- och informationsarbete i alkoholfrågan synes vara att »mannen på gatan» märker alltför litet av detsamma. Detta i sin tur beror bl. a. på att speciellt utåtriktade propagandamedel, t. ex. affischer, annonser och information i radio och TV, mycket sparsamt förekommer, ofta på grund av brist på pengar. En jämförelse mellan en valrörelse och nykterhetsupplysningen kan härvidlag ge en tankeställare. Troligen finns det många människor i vårt land som, alla ansträngningar till trots, sällan eller aldrig informeras i alkoholfrågan.

Värdet av en tidsbegränsad punktkampanj skulle kanske kunna uttryckas så: 1. kampanjen kan *inriktas på nya objekt*, 2. kampanjen kan göras *mera utåtriktad* än det permanenta informations- och föreningsarbetet och 3. kampanjen kan, om den organiseras i samråd med statliga myndigheter, lättare än föreningslivet få *aktiv medverkan av statliga och kommunala organ, liksom av TV, radio och tidningspress*.

När det gäller att välja område för en punktkampanj i alkoholfrågan, ligger det nära till hands att åter erinra om det allt sämre nykterhetstillståndet bland ungdomen. Försämringen har nu gått så långt att det även finns ungdom i de nedre tonåren som befinns vara alkoholmissbrukare. Det synes därför vara motiverat med en *punktkampanj om ungdom och alkohol*. Möjligen bör det bli en *tonårskampanj*, eftersom alkoholvanor numera ofta grundläggs i tonåren med åtföljande ökade risker. Huvudtemat borde därför vara *alkoholbrukets särskilda risker i unga år*, varom kunskapen på många håll torde vara ringa. En på vetenskapens fakta grundad information om vilka risker den som skaffar sig alkoholvanor i ungdomen utsätter sig för bör ha utsikt att väcka intresse. Därvidlag bör tonvikt bl. a. läggas på frågan om alkohol och trafik. Säkert är många tonåringar okunniga om att det körkort de livligt önskar sig så snart som möjligt inte står till buds, om nykterhetsanmärkningar föreligger.

Vid information till ungdomar bör man företrädesvis välja medel som

lätt när ungdomen, t. ex. annonser (gärna med tävlingar och frågespalter) i tidningar och tidskrifter som tonåringar läser liksom på dagspressens idrotts- och ungdomssidor. Om möjligt borde typiska s. k. tonårs-idoler anlitas för uttalanden. Vidare torde man kunna förutsätta att TV och radio skall kunna intresseras att aktivt medverka i en sådan kampanj.

Det är givet att en kampanj med förutnämnda syfte också bör vända sig till föräldrar och ungdomsledare. Självfallet bör också information förekomma i ungdomsrörelser av skilda slag, t. ex. inom idrottsföreningarna. Det bör ankomma på en speciellt utsedd kommitté att bedöma hur kampanjen bör läggas upp.

Kampanjen »Skaffa inte sprit till ungdom» leddes av samarbetsnämndens i alkoholfrågan arbetsutskott, förstärkt med representanter för ett antal större organisationer. Eventuellt kunde den nya kampanjen anordnas av statens ungdomsråd i samarbete med skolöverstyrelsen, varvid förutsätts att en särskild kommitté för uppgiften utses, vari företrädare för ungdoms-, idrotts- och nykterhetsrörelserna m. fl. ingår.

Beträffande kampanjens finansiering torde ett särskilt belopp av uppskattningsvis 300 000 kr. erfordras. Eventuellt kunde detta belopp anvisas ur redan tillgängliga medel. Någon möjlighet att inrymma ett anslag till kampanjen inom ramen för bidragen till det allmänna nykterhetsarbetet finns dock inte.

Med stöd av vad ovan anförts får vi hemställa,

att riksdagen ville hos Kungl. Maj:t anhålla om snara åtgärder för anordnande av en upplysningskampanj rörande alkoholbrukets speciella risker i ungdomsåren samt bevilja ett särskilt anslag av 300 000 kr. till detta ändamål, därest befintliga anslag för mera allmänt ungdomsvårdande ändamål icke kan utnyttjas för att täcka kostnaderna för kampanjen.

Stockholm den 23 januari 1963

Olof Hammar

Gustaf Kollberg

C.-G. Enskog

Henning Carlsson

Thorvald Källstad

M. Berglund

Daniel Wiklund