

Nr 615

Av herr Turesson m. fl., om rätt till i princip fri etablering av radio- och televisionsanläggningar.

Det svenska folket har sedan televisionens start hösten 1965 använt mer än tre miljarder kronor av sina under perioden disponibla inkomster för att köpa televisionsapparater, televisionsantennor och betala televisionslicenser. Detta visar, att svenskarna är ett »televisionssintresserat» folk. Det ger också anledning till att ställa frågan huruvida inte våra i dag 1,7 miljoner televisionshushåll har rätt att begära mer än ett televisionsprogram. Sverige är ett av världens televisionstättaste länder — endast Förenta staterna har en klart större televisionstäthet. Vi kan samtidigt konstatera att samtliga med Sverige jämförbara länder i dag har flera televisionsprogram.

	Antal TV per 1 000 invånare	Antal program	Ordinarie sändnings- timmar per vecka
1. Storbritannien	228	2 ²	120
2. Sverige.....	157 ¹	1	24
3. Danmark.....	143	1	25
4. Västtyskland.....	99	3	70
5. Holland.....	82	1 ²	25
6. Belgien.....	80	1	30
7. Italien.....	49	1	60
8. Frankrike.....	42	1	50
9. Finland.....	30	3	55
10. Norge.....	21	1	20

Källa: World Radio TV Handbook 1962.

¹ Avser det vid utarbetandet av källan aktuella antalet. Den 31 december 1962 uppgick antalet TV-licenser per 1 000 invånare till 215.

² Beslut fattat om utbyggnad av ytterligare ett program.

Det är begripligt att kommunikationsministern med denna bakgrund i tilläggsdirektiv till 1960 års radioutredning hemställt om utredning rörande televisionens framtida utveckling.

Under det gångna året har debatten rörande televisionens framtida utformning framför allt handlat om huruvida betald reklam skall tillåtas i television. Kommunikationsministern har i sina direktiv till sittande radio- och televisionsutredning inte uteslutit möjligheten av att ett införande av kommersiell television i våra grannländer Danmark och Norge kan komma att aktualisera en omprövning av den svenska politiken i denna fråga. Samti-

digt med att man konstaterar televisionens stora betydelse för att göra svenska varor kända och sålda inom ramen för ett större avsättningsområde måste man hålla i minnet vilka problem den tekniska utvecklingen på televisionsområdet kan förutses medföra vid spridningen av olika länders televisionsprogram inom allt större områden. Redan eurovisionen har haft till följd att ett lands televisionsprogram kan nå apparatinnehavare i angränsande länder. Den tekniska utvecklingen kommer med säkerhet att leda till en allt större spridningskapacitet hos televisionssändarna. Det kan således vara en fråga på relativt kort sikt till dess den svenska televisionspubliken kan bearbetas med hjälp av exempelvis västtysk eller brittisk televisionsreklam med en för våra inhemska producenter synnerligen oförmånlig konkurrenssituation som omedelbar följd. Exempel på problem av detta senare slag kan hämtas från Danmark, vars televisionstittare redan i dagens läge nås av den västtyska televisionsreklamen. Att skjuta upp introduktionen av kommersiell televisionsverksamhet skulle enligt vår uppfattning medföra alltför stora risker.

Att televisionen i dag når de flesta hem gör den till vårt viktigaste massmedium. En utbyggnad av televisionsprogrammen är därför önskvärd. Vad som emellertid måste klarläggas är televisionens ställning och uppgifter i vårt samhälle. Det rör sig här om två frågor:

1. Skall monopolen i etern brytas?
2. Skall radio- och televisionsverksamhet kunna finansieras med reklammedel?

I den första frågan vill vi anföra följande:

Den grundsyn på vilken all vår publicistiska verksamhet vilar är den fria opinionsbildningen. Vi tror på en fri opinionsbildning därför att vi hyser tilltro till medborgarnas förmåga att själva skapa sig en uppfattning utan statsmakternas korrektiv. Det föreligger därvidlag ingen principiell skillnad mellan olika massmedia. Den kritik som kan riktas mot ett massmedium, t. ex. televisionen, för missbruk av sin ställning kan även riktas mot andra massmedia t. ex. mot pressen. En annan sak är att efterlevnaden av gällande lagstiftning på opinionsrättens område fordrar skilda rättsinstitut för press, television, film osv. Den som vägrar att acceptera att den fria opinionsbildningen förutsätter fria massmedia och sålunda hindrar en fri etablering av dessa gör sig skyldig till en kränkning av en väsentlig demokratisk rättighet. Det bör i detta sammanhang slås fast att televisionen som massmedium inte hotar pressen exempelvis av ekonomiska skäl och därigenom indirekt skadar opinionsbildningen. För detta påstående talar med all tydlighet utvecklingen i Förenta staterna, där tidningarnas betydelse som annonsorgan klart demonstrerats under tidningsstrejken i New York.

Det har ibland hävdats att därest i en statlig tidning eller i ett monopolistiskt radioföretag alla åsikter fördes fram, skulle den fria opinions-

bildningens krav ändock tillgodoses. Genom att presentera alla åsikter skulle en valfrihet föreligga och samtidigt skulle objektivitetskravet tillgodoses. Ur resonemanget kan härledas den uppfattningen, att statsägda företag endast bör medverka i en opinionsbildning som är objektiv. Denna målsättning är riktig, men tron på en s. k. objektiv opinionsbildning är falsk, då det ständigt uppstår situationer där objektiviteten inte låter sig definiera på ett tillfredsställande sätt. Man har också för pressens vidkommande dragit den slutsatsen att ett statsövertagande av denna vore en demokratisk orimlighet. Vi är i likhet med den svenska pressen bestämda motståndare till varje inskränkning i opinionsfriheten. När det gäller televisionen och radion är förhållandet detsamma. Radion och televisionen har en opinionsbildande uppgift, som hämmas av nuvarande publiceringsregler. Slutsatsen blir att radion och televisionen bör vara fria, därför att frihetsmomentet är den dynamiska kraften i opinionsbildningen. Genom den fria konkurrensen ges alla meningsriktningar i samhället en möjlighet att påverka opinionen utan inblandning från statsmakterna. Det är dessa krafter, t. ex. de religiösa och fackliga folkrörelserna, som i dag hämmas genom en ofullkomlig monopolradios programverksamhet.

Vårt första krav är sålunda att radio- och televisionsmonopolet skall brytas och ersättas med frihet i etern. Detta är ett principiellt ställningstagande som borde kunna accepteras av alla.

I den andra frågan vill vi anföra följande:

Kommunikationsministern nämner i tilläggsdirektiven till radioutredningen ett antal alternativ till hur man kan finansiera radio- och televisionsverksamheten. Han kommer därvid in på frågan om betalda reklamslag i televisionen. Man kan tänka sig ett eller flera bolag som finansierar sin verksamhet med licensmedel, men man kan även tänka sig ett eller flera bolag som bekostar sändningarna med betalda reklamslag. Kommunikationsministern avvisar både tanken på att flera bolag skall kunna etablera sig och tanken rörande reklamfinansiering. Kommunikationsministerns motiveringar är bl. a. följande:

1. Kommersiell television är ägnad att sänka programstandarden.
2. Risk för otillbörlig inblandning i programproduktionen.
3. Televisionsreklam är skadlig ur samhällsekonomisk synpunkt.

Gentemot detta vill vi anföra följande:

1. Påståendet att ett införande av kommersiell television ovillkorligen måste leda till sämre televisionsprogram låter sig svårligen bestyrka. Man hävdar, att det skulle föreligga en konflikt mellan vad konsumenten mår bäst av och vad konsumenten helst vill ha. En fri television skulle lockas till att endast eller i första hand tillgodose efterfrågan på program med »dålig kvalitet». Ett sådant resonemang öppnar frågan: Vad är »bra» och vad är »dåliga» program och vem skall avgöra den saken?

Självfallet är det synnerligen angeläget att vid en introduktion av kommersiell televisionsverksamhet i vårt land ge denna verksamhet en sådan utformning, att den icke får de från kultursynpunkt menliga följder som vid diskussionen befarats och som angivits vara den helt avgörande nackdelen med reklam i television. Erfarenheter från kommersiell televisionsverksamhet i Västeuropa visar emellertid, att det är möjligt att på olika sätt förebygga sådana följder. Man kan därför konstatera att det låg en hög grad av realism i den uppfattning som 1956 års televisionsutredning gav uttryck för på bl. a. följande sätt: »Enär televisionsreklamen, rätt organiserad och rätt skött, icke kan anses motverka den ideella televisionens syften utan snarare främja dessa, vore det välbetänkt att åtminstone försöksvis införa televisionsreklam i Sverige.»

I diskussionen om den svenska kommersiella televisionsverksamhetens utformning har den missuppfattningen ofta framförts att det här gäller att acceptera den metod som tillämpas i Förenta staternas kommersiella televisionsverksamhet. Denna kännetecknas av att annonsören har möjlighet att beträffande uppläggning och utformning påverka det program som åtföljer själva reklammeddelandet. Annonsören kan t. ex. göra avbrott i pågående föreställning vid ett eller flera tillfällen, då åskådarunderlaget på vissa grunder beräknas vara särskilt stort för att då framföra sitt meddelande. För vårt lands vidkommande har denna metod inte varit aktuell och kan inte heller tänkas bli det. De som sett en kulturfara i reklamsändningar via television torde sannolikt stödja sig på erfarenheterna av den amerikanska metoden.

På senare tid har emellertid också vissa i England gjorda och i den s. k. Pilkingtonrapporten påpekade erfarenheter använts som tillhygge i den svenska debatten för och emot kommersiell television. Rapporten har ett uppenbart värde som en inventering av goda och dåliga erfarenheter av det i Storbritannien utvecklade systemet för konkurrens mellan ett statligt och icke-kommersiellt bolag (BBC) och en privatägd kommersiell televisionsrörelse (ITV). Vid utformningen av systemet för svensk kommersiell television kan stor nytta dras av de i denna rapport redovisade erfarenheterna.

Kommunikationsministern gör gällande, att ett införande av kommersiell television skulle medföra svårigheter för televisionen att ta upp kontroversiella frågor. Programmen skulle på så sätt bli torftigare. Erfarenheterna från England — bl. a. bekräftade av BBC-ledningen — är emellertid direkt motsatta. Konkurrensen mellan den statliga och den privata televisionen har stimulerat till djärvare grepp i programproduktionen med bl. a. den konsekvensen, att just de kontroversiella programmen fått ett relativt sett ökat utrymme.

Det avgörande för diskussionen i denna del är emellertid, att införandet av reklamtelevision skulle tillföra televisionsrörelsen ökade ekonomiska resurser. Det skulle bli möjligt att göra fler och bättre program. Fler smak-

riktningar skulle kunna tillgodoses. Utbyggnaden av undervisningstelevisionen skulle kunna påskyndas. Inte minst med tanke på allt som investerats i uppbyggnaden av vårt nuvarande sändarnät, konsumenternas investeringar i televisionsapparater etc. måste det framstå som ytterst angeläget att bygga ut och utveckla programproduktionen.

2. Det påstås att risk för styrning av programmens utformning och allmänna inriktning från annonsörernas sida skulle uppstå. Det finns dock möjligheter att skapa garantier mot en sådan »otillbörlig inblandning». I andra länder, som Italien och Västtyskland, har det således visat sig möjligt att lösa detta problem. Ett skydd kan även byggas upp i Sverige.

I förbigående må emellertid påpekas, att man också inom ramen för en statlig och monopolskyddad televisionsrörelse har problem sammanhängande med otillbörligt inflytande. Således har förekomsten av s. k. smygreklam i televisionen på senare tid haft en tendens att utbreda sig.

3. Det påstås i tilläggsdirektiven till radioutredningen att införande av kommersiell radio och television skulle innebära en ur samhällsekonomisk aspekt ogynnsam kostnadsökning. Man accepterar visserligen det principiellt riktiga i näringslivets argumentation, sett från både nationell och internationell synpunkt, för ett behov av televisionen som reklammedium, men man anser också att denna argumentation väger lätt mot den negativa effekt som den totala ökningen av reklamkostnaderna skulle innebära samhällsekonomiskt sett. Resonemanget är besynnerligt. För det första har man inte analyserat ökningen av reklamkostnaderna. Det sägs att reklamkostnaderna — oavsett om televisionen kommer att utnyttjas — kommer att kraftigt öka i framtiden. Vad som kan ske är inte att televisionen ytterligare ökar reklamkostnaderna, utan i stället omfördelas dessa så att den ökning som ändå skulle ha inträffat framför allt kommer på televisionsreklamen.

När det i tilläggsdirektiven säges, att den kommersiella reklamen inom varuhandeln har en »given funktion att fylla i ett samhälle med vårt ekonomiska system» uppstår följande fråga: Hur skall denna funktion kunna fullgöras på effektivaste möjliga sätt? I direktiven anföres, att televisionen erbjuder tekniska möjligheter till en effektivisering av detta arbete. Härigenom har slagits fast, att »erfarenheterna från länder med kommersiell reklam i televisionen klart visar, att denna i allmänhet utgör ett *mycket effektivt reklammedium*». Vidare: »Reklamens genomslagskraft anses mycket god och kostnaden per konsument som nås med reklamen beräknas vara relativt låg.» Skall vi avstå ifrån att utnyttja detta effektiva instrument?

Långtidsutredningen räknar med ett under 1960-talet växande efterfrågeöverskott på arbetskraft. I första hand är det servicenäringarna som kommer att starkt öka sin efterfrågan på arbetskraft och på så sätt aktivt bidra till uppkomsten av efterfrågeöverskottet. Allt fler och fler människor sys-

selsätts inom servicenäringarna och då främst inom handeln. Detta hindrar emellertid inte, att man har anledning att ifrågasätta huruvida inte denna tillväxt skulle kunna något begränsas, därest det blev möjligt att med televisionens hjälp skapa en effektivare kontakt mellan vara och konsument.

Genom att skapa förutsättningar för ett effektivt utnyttjande av arbetskraften skapar samhället ökade valmöjligheter för människorna. På så sätt kan vi i kraft av den tekniska utvecklingen höja välståndsnivån till priset av en ständigt mindre insats av mänsklig arbetskraft. Vad vi på så sätt sparar in kan människorna — efter fritt val — använda för att ytterligare öka sitt välstånd och sin fritid.

Sveriges Radios position är — trots dess monopolställning — inte enbart avundsvärd. De resurser, som av statsmakterna ställs till televisionsrörelsens förfogande, är mindre än de av Sveriges Radio äskade. I dag föreligger exempelvis önskemål från människorna i landsorten om program som inte i så utpräglad grad som nu är avpassade för storstadspublik. Dessa önskemål kan emellertid inte tillgodoses inom ramen för tilldelade medel. Detta förhållande understryker ytterligare behovet av ökade resurser. Till detta kommer att enligt telestyrelsen f. n. det inom televisionsrörelsen ackumulerade överskottet inte på långt när är tillräckligt för en utbyggnad av ett andra program. För att klara av denna utbyggnad erfordras antingen en väsentlig höjning av den nuvarande televisionsradiolicensen eller tillförsel av medel på annat sätt. Det kan också påpekas att telestyrelsen räknar med att utbyggnaden av detta andra program skall kunna vara avslutad först i slutet av innevarande decennium. Den eftersläpning i programutbyggnaden som tidigare framhållits kommer att under de närmast följande åren bli ännu mycket större. Att vi med den av telestyrelsen prognosticerade utvecklingen år 1970 kommer att framstå som ett vad gäller antalet programtimmar och programvalmöjligheter i högsta grad underutvecklat land är alldeles uppenbart.

Avslutningsvis vill vi sålunda framhålla följande:

Frihet skapas i etern, så att yttrande- och opinionsfriheten värnas.

Valfrihet ges åt konsumenterna genom att man tillåter etablering av fler och fria program.

Nya former och nya områden inom televisionens verksamhet prövas, exempelvis genom inrättande av lokala program.

Detta fordrar dock att lagstiftningen avpassas till de nya förhållandena. Ansvarighetsregler måste utarbetas för en fri radio och television. Vid sidan av detta lagstiftningsarbete måste institutioner skapas för att samordna och övervaka den fria radion och televisionen. Förslagsvis bör en auktoriseringsnämnd för den fria televisionen inrättas. Nämndens uppgift bör vara att övervaka televisionsverksamheten, avgöra antalet fria program, auktorisera programbolagen och i övrigt ansvara för den fria televisionsverksamheten enligt givna riktlinjer.

Kommunikationsministern har avvisat en förutsättningslös utredning om televisionens framtid. Därigenom har regeringen tills vidare ställt sig avvisande till en snabb och rationell utveckling inom den svenska televisionen. Vi anser det emellertid angeläget att frågan inte stannar därvid. Både motiv och förutsättningar finns för en fri television. Det är därför angeläget att i dagens läge utstaka en ny väg för televisionen.

Med stöd av ovanstående hemställas,

att riksdagen måtte

1. besluta att införa rätt till i princip fri etablering av radio- och televisionsanläggningar;

2. uttala att löpande avtal mellan Kungl. Maj:t och Sveriges Radio AB icke måtte förnyas i vad avser monopol för Sveriges Radio AB att bedriva radio- och televisionssändningar efter löpande avtalstids utgång;

3. i skrivelse till Kungl. Maj:t hemställa att förslag till lagstiftning som nödvändig göres av dels den fria etableringsrätten, dels de med den fria etableringsrätten sammanhängande förändringarna inom opinionsrättens område snarast måtte föreläggas riksdagen;

4. besluta att en s. k. auktorisationsnämnd skall inrättas;

5. i skrivelse till Kungl. Maj:t hemställa att förslag till riktlinjer för auktorisationsnämndens sammansättning samt dess verksamhet i enlighet med i motionen framförda synpunkter snarast måtte föreläggas riksdagen.

Stockholm den 26 januari 1963

Bo Turesson

Tage Magnusson

Harald Nordgren
