

## Nr 716

Av fru **Kristensson** och herr **Björkman**, om fri etablering av radio- och televisionsanläggningar.

Antalet televisionslicenser beräknas i dag ha stigit till närmare 1,8 miljoner. Därmed har under det senaste året Sverige vid sidan om Storbritannien det största relativa antalet televisionsapparater i Europa. Vårt folk har lagt ned betydande summor på televisionen, uppskattningsvis 3,5 miljarder kr. och det antas att allmänheten inom de närmaste fem åren kommer att investera betydligt större summor.

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 klargöras är televisionens ställning och uppgifter i vårt samhälle.

Vid en närmare granskning av televisionens utveckling rycker då två frågeställningar fram i förgrunden:

1. Vilken roll skall televisionen spela i den fria opinionsbildningen?
2. Vilka rättsliga och ekonomiska principer skall ligga till grund för televisionens fortsatta verksamhet?

Den grundval 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. Detta understrykes, vad gäller svenska förhållanden, av en vid Göteborgs handelshögskola nyligen genomförd undersökning i ämnet.

Det har ibland hävdats att därest i *en* statlig tidning eller i *ett* monopolistiskt radioföretag alla åsikter fördes fram, skulle den fria opinionsbildningens 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 definieras 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.

Man har nu velat göra gällande att det konkurrensförhållande som finns inom den fria opinionsbildningen även skulle kunna komma till stånd om man inom exempelvis det nuvarande monopolföretaget lät hela programavdelningar konkurrera med varandra. Mot ett sådant synsätt kan flera invändningar resas. Det rör sig uppenbarligen inte om konkurrens om man inom ett bolag tävlar om artister och olika typer av program utan om rivalitet, därför att gränsdragning saknas, och en gränsdragning som skall förhindra rivalitet inom ett företag verkar naturligtvis inte konkurrensbefrämjande. Den verkliga konkurrensen uppnås först om olika televisionsbolag får tävla om samma publik och inom samma programområde. Ur opinionsbildande synpunkt är detta väsentligt därför att det förhindrar ett från bolagsledningen styrt åsiktsmonopol. Den som inte får komma fram i det ena televisionsprogrammet kan vända sig till konkurrenten. Framför allt på detta område visar sig erfarenheterna från Storbritannien vara värdefulla. Först när ett fritt televisionsbolag hade bildats i detta land blev det forna monopolbolaget lyhört för alla åsikter, framför allt sådana som inte stod regeringen nära.

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.

Vårt krav på frihet i etern får som naturlig följd att det vid sidan om Sveriges radio bildas nya bolag, till en början sannolikt endast ett konkurrerande företag. Reklamfinansiering torde bli den naturliga inkomstformen för ett oberoende bolag. Vi anser att reklamfinansiering under vissa förutsättningar väl lämpar

sig som finansieringsform för televisionsbolag. Vi anser även att reklamfinansiering ur samhällsekonomisk synpunkt är väsentlig. Till dessa båda aspekter skall vi återkomma. Vi vill emellertid understryka att reklamfinansieringen ur vår synpunkt framför allt får ses som en konsekvens av friheten i etern. Vi accepterar därför inte reklam i Sveriges radio såsom ett alternativ till reklam i fria och med varandra konkurrerande televisionsbolag.

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 reklaminslag 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 reklaminslag. 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 bestyrkas. 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 reklammedel-

det. Annonssören 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 de 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 smakriktningar 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 televisionapparater 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, både sett ur nationell och internationell syn-

punkt, 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. Man har 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 effektivast 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 sysselsätts 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 välbästand och sin fritid.

Sveriges radios position är — trots dess monopolställning — inte 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 på landsbygden 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 prognostiserade utvecklingen år 1970 kommer att framstå som ett, vad gäller antalet programtimmar och programvalsmöjligheter, i högsta grad underutvecklat land är alldeles uppenbart.

Jämför man nu Sveriges radios kostnadsprognoser i petita för åren 1963/64 och 1964/65 finner man uppseendeväckande stora nedskärningar på driftkostnaderna. För budgetåret 1967/68 har driftkostnaderna minskats med 25 milj. kr. Såvida här inte föreligger tidigare felräkningar tyder åtstramningen på att man med nuvarande planläggning av ett andra program i televisionen måste bereda sig på drastiska begränsningar av Sveriges radios verksamhet. Den i kommunikationsdepartementet prognostiserade kostnadsutvecklingen tillåter tydligen ej att Sveriges radio får de resurser som behövs för att allmänheten skall få bra program, såvida inte licensavgifterna ökas. Mot detta talar dock kommunikationsministerns bestämda uppgifter att licensavgifterna inte skall öka under 1960-talet.

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

3. besluta att en s. k. auktoriseringsnämnd skall inrättas;

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

Stockholm den 26 januari 1964

*Astrid Kristensson*

*Folke Björkman*