

Nr 639

Av herr **Wedén m. fl.**, *angående reklamfinansierad television m. m.*

(Lika lydande med motion nr 505 i Första kammaren)

I direktiven till radioutredningen har kommunikationsministern givit en utförlig argumentation för bibehållande av systemet med ett enda, licensfinansierat radio-TV-företag *utan* några reklaminslag. Argumentationen bygger i hög grad på Pilkingtonkommitténs rapport om engelsk TV — som beaktat starkt kritisk mot den engelska kommersiella televisionen ITV — men innefattar inte någon förutsättningslös analys av den debatt som följt på Pilkingtonrapporten och de förhållanden som sedan stabiliserat sig i England. De bägge delvis reklamfinansierade TV-företagen i Västtyskland är omnämnda men diskuteras ej närmare.

Enligt vår mening hade radioutredningen, som haft till uppgift att granska hela radio-TV-fältet och att lägga fram förslag som för lång tid kommer att bestämma huvudinriktningen av verksamheten, också bort överväga monopol- och reklamfrågorna även med hänsyn till att reklamintäkter internationellt sett är en vanlig form för finansiering av radio- och TV-verksamhet.

I motion II: 653/1964 anfördes:

De avgifter som innehavarna av TV-licenser för närvarande betalar användes i stort sett på tre olika sätt;

- 1) för betalning av kostnader för TV-programmen
- 2) för betalning av kostnader för alla investeringar i TV-anläggningar för nuvarande program samma år dessa verkställs
- 3) för att lägga upp en fond avsedd för att finansiera investeringskostnaderna för ett framtida program 2 i TV.

Redan enligt punkt 2 betalar dagens TV-innehavare kostnader för investeringar, som kommer till användning för lång tid framåt och som det därför i och för sig finns goda skäl att fördela över ett flertal år. Skedde så skulle redan av denna anledning TV-licensernas pris kunna sänkas.

Fonderingen enligt punkt 3) sker för närvarande väsentligen därför att regeringen på förhand avvisat varje finansiering av ett andra program i TV genom reklamintäkter.

För vår del har vi uppfattningen att den framtida utbyggnaden av radio- och TV-verksamheten i vårt land i väsentlig utsträckning bör ske genom från det nuvarande monopolet fristående företag underkastade den samhällsinsyn och de regler som från allmänna utgångspunkter kan befinnas erforderliga.

Men oavsett vilken mening man kan ha i detta fall synes det oss vara helt orimligt att den nuvarande politiken fortsätter utan att konsekvenserna genom en objektiv utredning blivit klarlagda av användning av reklamfinansiering för ett andra TV-program. En sådan finansiering kan ju även ske inom den nuvarande monopolorganisationens ram.

Det är uppenbart att användning av reklamfinansiering skulle mycket starkt påverka utvecklingen av priset på radio- och TV-licenser. En början med försöksverksamhet med reklaminslag i program 3 i radio skulle t. ex. mycket väl kunna tänkas finansiera en väsentlig del av utbyggnads- och programkostnaderna för detta och därigenom möjliggöra en sänkning av avgiften för radiolicensen.

Ännu mycket större blir de ekonomiska fördelarna för TV-innehavarna av reklaminslag i TV. Naturligtvis måste även viktiga aspekter på reklamfinansierings inverkan på programmets art utredas. Även konsekvenserna av ett under lång tid bibehållet statsmonopol på de viktigaste massmedia bör undersökas ur allmän demokratisk synvinkel.

Finansieringsfrågan är givetvis av stor betydelse. Enligt utredningsdirektiven kommer kostnaderna för ett program 2-distributionsnät för TV att uppgå till 350 milj. kronor. Med tre ljudradiokanaler och två TV-kanaler torde emellertid inte sändningsmöjligheterna för Sveriges del vara uttömda vare sig på ljudradio- eller TV-sidan. Frågan uppstår då hur övriga sändningsmöjligheter skall utnyttjas.

Därmed ställs också den med finansieringsfrågan delvis sammanhängande monopolfrågan på sin spets. Frågan är om ett företag av »public service»-karaktär skall förfoga över alla till buds stående sändningsmöjligheter, dvs. ha monopol, eller om exempelvis två likartade företag bör konkurrera med varandra och dela på tillgångarna i fråga om kanaler, eller vidare om dessa företag för sin finansiering delvis bör bygga på reklamintäkter, eller slutligen om en betydligt mer mångfasetterad lösning kan väljas.

Ett redan delvis diskuterat alternativ är det av TV-främjandet förordade, där public-företaget Sveriges Radio får en medtävlare i det reklamfinansierade TV 2. Enligt radioutredningens direktiv bör endast det första av dessa alternativ diskuteras, dvs. ett företag av public service-karaktär. Beträffande radio är det utvecklingsstadium nära, då de tekniska förhållandena erbjuder möjlighet till en praktiskt taget obegränsad konkurrens genom lokala sändare.

Förutom finansieringsfrågan motiverar själva utvecklingstrenden inom radio och TV en allsidig utredning. Den tekniska utvecklingen ger oss numera så många och så varierade möjligheter att använda de bägge medierna, att av gammalt självklart givna distinktioner ej längre är relevanta.

Sluten-krets-TV får en allt större betydelse i undervisningen. En slinga kan läggas ut inom en institution men lika väl utsträckas till ett helt universitetsområde eller en hel skolkommun. Den är fortfarande sluten, dvs. icke-rundradio. Men praktiska skäl kan tala för att ersätta slingan med en svag TV-sändare, som inte stör eftersom den har begränsad räckvidd. Men då

blir det rundradio. Skall det då bli Sveriges Radios angelägenhet? I Malmö har ett affärsföretag programverksamhet med TV i slutna krets för 5 000 hushåll. Man vill utsträcka den till flera. När blir en sådan företagsverksamhet rundradio och därmed förbjuden? I Stockholm har bildningsförbundet fått tillfällig licens att under någon vecka i experiment- och informations syfte bedriva viss programverksamhet med undervisning på UHF-kanal, dvs. TV P2-kanalen. Dessa sändningar kan vem som helst inom området ta in på sin apparat.

Över huvud taget pekar allt på en så mycket mera flexibel användning av radio och TV i framtidens samhälle, att det vore helt orealistiskt att räkna med ett strikt fixerat rundradiomonopol efter äldre modell. Det borde vara självklart att reklamfrågan inför en sådan utveckling måste få en förutsättningslös och allsidig belysning.

De som anser att en rörligare och mångsidigare opinionsbildning inom press, radio och TV är en demokratisk tillgång är också beredda att överväga reklamens roll över hela fältet. Det bör i detta sammanhang observeras, att det numera torde vara betydligt billigare att inneha och driva en radiosändare (lokalt) än att ge ut en tidning. Det skulle ligga nära till hands för åtskilliga svenska tidningar i dag att begära koncession för en egen lokal rundradiosändare. Det är troligt, att det i framtiden på ett helt annat sätt än vad nu är fallet kommer att råda en slags paritet mellan de tre viktigaste informations- och opinionsbildningsvägarna, press, radio, TV, om etermedierna inom givna gränser får utvecklas i största möjliga frihet. En sådan utveckling framstår som i många sammanhang så betydelsefull att det är en olustig tanke att Sveriges Radio som ett enda företag skulle förfoga över så gott som samtliga sändningsmöjligheter.

Det är alltså från allmänna synpunkter med hänsyn till mediernas fria utveckling viktigt att undersöka reklamfinansieringsfrågan. Det är också från mer speciella programsynpunkter önskvärt att så sker. Hur skall i ett medium som TV och i ett samhälle som vårt reklam alls kunna undvikas? Till de ofta nämnda exemplen på smygreklam i vissa program bör läggas den kanske viktigaste synpunkten, att vissa »varor och tjänster» ständigt består en fullkomligt ohöljd och sällan beklagad reklam. Detta gäller framför allt underhållningens kraftiga stöd åt »show-business». Det vore önskvärt med en diskussion om huruvida det kan göras en klar distinktion mellan detta slag av reklam och övrig reklam.

Frågan om reklam i radio och TV är infekterad och omgiven av en mängd vaga föreställningar. När man tar fram utländska exempel spelar skräckmålningen av förhållandena i USA en stor roll. Få radio-TV-lyssnare i vårt land torde vilja ha det amerikanska systemet överfört hit. Men det finns betydligt bättre lösningar av reklamfrågan, t. ex. i Västtyskland. Vilka är erfarenheterna av sådana typer av reklam?

Kravet på utredning av monopol- och reklamfrågorna bottenfrämst däri

att de är väsentliga för debatten om hur de mycket stora möjligheterna att utnyttja radio och TV skall förvaltas och i vilken takt de skall kunna tagas i anspråk. Utredningskravet är alltså först och främst en fråga om *konsekvent inventering* av framtidsmöjligheterna. Det är orimligt att ett dogmatiskt ställningstagande från början skall låsa utvecklingen.

Med stöd av ovanstående hemställer vi,

att riksdagen beslutar hemställa till Kungl. Maj:t om tillsättande av en allsidig utredning för att förutsättningslöst klarlägga:

A. de förändrade förutsättningarna för och aspekterna på ett radio- och TV-monopol vilka den snabbt fortgående tekniska utvecklingen på detta område medför, samt vidare

B. olika alternativ för och konsekvenser av reklamfinansierade radio- och TV-program, bl. a. möjligheterna att sänka licensavgifterna.

Stockholm den 27 januari 1965

Sven Wedén

Sven Gustafson

Ola Ullsten

Bertil Ohlin

i Göteborg