

Nr 217

Av herr **Holmberg m. fl.**, om ett fristående, reklamfinansierat TV-företag.

(Lika lydande med motion nr 203 i Första kammaren)

Alla demokratiska partier i vårt land anser tryckfrihet och yttrandefrihet vara självklara medborgerliga rättigheter. Man skall ha rätt att bilda organisationer och politiska partier, man skall ha rätt att starta och driva tidningar. Monopol och förmynderskap från statsmakternas sida när det gäller opinionsbildningen är förkastligt och strider mot de demokratiska idealen. För moderata samlingspartiet är det därför självklart att de betydelsefulla opinionsinstrumenten — radio och TV — inte får utgöra något undantag. Den liberala tryckfrihetslagstiftningens idé måste även kunna tillämpas på de nya media som genom teknikens framsteg i dag står oss till buds. Radio- och TV-monopolet bör därför brytas och ersättas med frihet i etern. För detta talar inte bara demokratiska skäl. Även den tekniska utvecklingen på radio- och TV-området tvingar fram en omprövning.

Den nyligen genomförda radiolagen innebär en definitiv monopolisering av radio- och televisionsverksamheten i Sverige och inskränker den fria opinionsbildningen långt utöver vad rådande tekniska och ekonomiska förutsättningar i dagens och framför allt morgondagens läge kan motivera.

Utan att bli motbevisade har vi tidigare i riksdagen analyserat de tekniska förutsättningarna och framlagt bevis på att den gamla tesen om trängseln i etern är helt förlegad. Det tekniska framåtskridandet har gått så snabbt att den internationella samordningsplaneringen håller på att akterseglas. Rymdforsknings- och satellittekniken har tillfört nya teletekniska komponenter som radikalt kommer att förändra näraliggande utvecklingsfaser inom radio- och TV-området. Motsvarande gäller andra forskningsrön t. ex. LASER-principen. I en sådan situation blir vårt nuvarande monopol-system helt ohållbart. Vårt land har i stället all anledning att aktivt arbeta för att medverka till en snabb lösning av nödvändiga internationella överenskommelser och samtidigt anpassa våra egna åtgärder inom landet till denna nya situation.

I monopolet saknas det konkurrensmoment som ur den fria opinionsbildningens synpunkt är så väsentlig. Konkurrerande organ som bevakar och kompletterar varandra utgör en av grundstenarna i en fungerande demokrati. Så sker inom vår fria press och så borde också kunna ske i radio och TV. När vi år efter år framfört dessa synpunkter har regeringspartiet gjort invändningar. Helt opåverkad av vår argumentation har man emellertid inte

varit. I förståelse för behovet av konkurrens har regeringen velat skapa en form av kanalkonkurrens inom monopolets ram. Men vad blir det av denna konkurrens i dess praktiska tillämpning? Det blir en stark central ledning, gemensam nyhetsredaktion, gemensam sportredaktion, gemensamt gagekontor o. s. v. Hälften av programmen skall utgöras av egenproduktion — den andra halvan skall vara program inköpta genom central upphandling.

Sett mot denna bakgrund kan man starkt ifrågasätta effekten av konkurrensen mellan de två kanalerna. För att skapa verklig konkurrens och därmed en bättre programproduktion fordras helt andra förutsättningar än vad fallet kan bli med skilda programledningar inom ett i realiteten hårt sammanhållet och enhetligt lett företag. Enligt vår uppfattning bör därför nya bolag bildas vid sidan av Sveriges Radio.

Förekomsten av flera företag skulle inte bara leda till en friare opinionsbildning och ett bättre programutbud. En sådan konkurrens skulle också motverka Sveriges Radios utveckling till ett kostnadskrävande tungrovt och byråkratiskt jätteföretag.

Då vi är bestämda motståndare till varje inskränkning i opinionsfriheten är sålunda vårt första krav att radio- och televisionsmonopolet skall brytas och inom ramen för de tekniska möjligheterna ersättas med frihet i etern, *en frihet som skall gälla såväl rundradio som television*. Detta är ett principiellt ställningstagande som borde kunna accepteras av alla.

Kravet på frihet i etern leder till att vid sidan om Sveriges Radio bör bildas nya bolag. Reklamfinansiering torde därvid bli den naturliga inkomstkällan för oberoende bolag. Vi vill emellertid understryka att reklamfinansiering endast är *ett* alternativ av flera finansieringsformer och att det närmast får ses som en konsekvens av friheten i etern. Vi är däremot icke beredda att godtaga reklam i Sveriges Radio såsom ett alternativ till reklam i fria och med varandra konkurrerande televisionsbolag.

Vid en spridning av radio- och TV-kanaler på flera företag anser vi det vara naturligt att i första hand pröva det av Tidningsutgivareföreningen framförda förslaget att tidningspressen finge ta huvudansvaret för ett programbolag medan de avstod från ägarinflytande i Sveriges Radio. Att vi är beredda att låta dagspressen såsom första konkurrerande företag med Sveriges Radio driva en TV-kanal sammanhänger bl. a. med att pressen inte endast har ett avgörande ansvar för den dagliga nyhets- och opinionsförmedlingen utan även representerar olika meningsriktningar.

Motståndarna till en från statsmakterna fristående radio- och televisionsverksamhet anför som huvudargument att reklamfinansiering skulle medföra en obehörig påverkan på programutformningen. Särskilt pekar man då på den amerikanska televisionen. Vi har aldrig förordat den amerikanska modellen. Tvärtom har vi varit kritiska mot detta system och i stället föreslagit att verksamheten skall uppbyggas så, att reklamfinansieringen är helt

skild från själva programproduktionen och inte ges möjligheter att påverka dennas utformning. Vad vi härvid åsyftar är närmast en uppläggnings i enlighet med vissa europeiska system som fungerar enligt stränga och detaljerade regler på ett sätt som visar att det generaliserande talet om programmens kommersialisering i en fri radio och TV helt saknar grund. Som exempel på en principiell lösning kan vi åberopa det engelska systemet. Utöver omfattande åtgärder, bl. a. innebärande att annonsörernas sändningsförslag granskas av en särskild övervakande styrelse 3—6 månader före sändning, har i den s. k. Television Act noga fastställts hur reklamslag får ske.

Reklam får utsändas vid tre tillfällen

- 1) före ett program,
- 2) efter ett program, samt
- 3) under en programsändning med s. k. naturliga avbrott. Naturliga avbrott kan uppstå vad gäller sport under en paus, vid teater mellan akter, vid underhållning under scenbyte o. s. v.

Den totala reklamtiden får ej överstiga 6 minuter i genomsnitt per sändningstimma och dag. Ej heller får reklamtid överstiga 7 minuter under någon enskild sändningstimme, såvida inte programinslag varar lång tid och är av den karaktären att reklam ej kan utsändas under denna.

Reklam får ej införas i samband med s. k. naturliga avbrott under gudstjänst, kunglig ceremoni, vid tillfälle av kunglig persons närvaro, i samband med skoltelevision, under nyhetsutsändning eller vid andra tillfällen enligt ITA:s beslut. För naturliga avbrott gäller följande tidsregler:

Program understigande 20 minuter	Inget avbrott
Program mellan 20 och 40 minuter	Ett avbrott på 2½ minuter
Program mellan 40 och 70 minuter	Ett avbrott på 3 minuter eller 2 avbrott på 2½ minuter
Program mellan 70 och 100 minuter	Två avbrott på 3 minuter eller 3 avbrott på 2½ minuter.

Departementschefen har tillkallat en utredning för undersökningen av möjligheter bl. a. till reklamfinansiering inom Sveriges Radios ram. Vi vill emellertid peka på att den tillkomst av konkurrerande företag som vi anser så väsentlig ur demokratisk synpunkt omöjlig kan uppnås om man har ett statligt radio-TV-företag som åtnjuter licensinkomster vid sidan av reklaminkomster och som därmed har en konkurrenssituation som är övriga företag i utomordentlig grad överlägsen. Även pressen skulle komma i ett orimligt underläge i konkurrens med ett TV-företag som, tack vare licensinkomster, kunde sätta sina annonspriser utan hänsyn till de faktiska kostnaderna.

Vad beträffar finansieringen av det pressägda TV-bolaget synes det naturligt att detta sker bl. a. med inkomster från TV-annonser. Eftersom pressen sedan gammalt svarar för den största delen av reklamförsäljningen i landet

bör ett sådant bolag väl kunna handha en TV-annonsering. Den av kommunikationsministern tillsatta utredningen om TV-reklam bör därför erhålla tilläggsdirektiv att snabbt utreda och framlägga förslag till erforderlig reglering av den reklamverksamhet som fordras för finansiering av bl. a. ett pressägt TV-bolags sändningar. Regler bör därvid skapas avsedda att trygga programskaparnas frihet gentemot annonsörerna.

Ett väsentligt motiv i utlandet för upplåtelse av kommersiella radio- och TV-företag har varit licensavgifternas storlek. I flertalet länder har man påvisat att reklamfinansiering är enda utvägen för att kunna hålla licensavgifterna på en rimlig nivå.

Föregående års riksdag beslöt om höjning av licensavgifterna. Vi påtalade därvid det anmärkningsvärda i att departementschefen inte med ett enda ord berörde den framtida ekonomiska kostnadsutvecklingen, trots de alarmerande och anmärkningsvärda resultat som Sveriges Radio redovisat. Situationen är i årets statsverksproposition enahanda. Departementschefen berör denna väsentliga fråga med en enda mening: "I anslagsframställningen har Sveriges Radio även redovisat en prognos över kostnadsutvecklingen i den avgiftsfinansierade rundradioverksamheten under tiden fram t. o. m. 1973/74."

Av vad skäl undanhålles riksdagen en närmare analys av denna kostnadsutveckling? Vilka licensavgifter har vi att vänta i framtiden? Uppenbart är att nya höjningar av licensavgiften snart måste genomföras. De farhågor härför, som vi tidigare framhållit, visar vid sidan av den av oss redovisade principiella uppfattningen hur väsentligt det är att fristående radio- och TV-företag, finansierade vid sidan av monopolets licenssystem, får etableras.

Med stöd av det ovan anförda hemställas,

att riksdagen i skrivelse till Kungl. Maj:t måtte anhålla att tilläggsdirektiv utfärdas till 1966 års reklamutredning att snarast utreda och framlägga förslag till erforderliga bestämmelser för den reklamverksamhet som fordras för ett bland annat av pressen ägt fristående, reklamfinansierat företag för program 2 i TV med samma förpliktelser i fråga om opartiskhet och mångsidighet som för närvarande åvilar Sveriges Radio.

Stockholm den 23 januari 1969

<i>Yngve Holmberg (m)</i>	<i>Gösta Bohman (m)</i>	<i>Leif Cassel (m)</i>
<i>Rolf Eliasson (m)</i>	<i>Carl Eric Hedin (m)</i>	<i>Astrid Kristensson (m)</i>
i Moholm		
<i>Tage Magnusson (m)</i>	<i>Karin Wetterström (m)</i>	
i Borås		