

Nr 526

Av herr Nyquist m. fl., om en statlig upplysningskampanj angående alkoholmissbruket.

(Lika lydande med motion nr 898 i Andra kammaren)

Det svenska samhället har i betydande utsträckning fått nya värderingar bl. a. genom rikligt och världsomfattande informationsflöde genom massmedia. Tyvärr är en stor del av denna information av konflikt- och otrygghetsväckande karaktär, som säkert negativt påverkar den egna tryggheten (bl. a. Alva Myrdal har tagit upp detta i TV). Till detta kommer att rikligheten på information medför att också motsägande upplysningar lämnas.

Vi skall inte försöka att utreda vad detta fört med sig, men låt oss konstatera att bl. a. nykterhetsrörelsen, som fyllde uppgiften som folkbildare av stora mått under tidigare skeden, numera har avsevärt mindre betydelse.

Man kan således våga påståendet att massmedia har bidragit till ändrade värderingar och attityder. Kvällspressen och TV bl. a. har kommit att verka positivt för vissa försäljningsaktioner från bryggerinäringens sida.

Bryggerinäringen har blivit en mäktig institution i samhället. Det är en hård marknadsföring som sker. Den starka koncentrationen till få bryggeriföretag tycks också medföra en styrning från deras sida av allmänhetens köpvanor. De svaga och billiga maltdryckerna förvinner. I stället ökar försäljningen av de starkare, dyrare och för tillverkarna mest vinstgivande.

Lättheten att köpa öl har gjort att det blivit framför allt ungdomens berusningsmedel. Det är gruppen, "gänget", som använder det. Ofta utlöses en gruppmentalitet som ibland är skrämmande.

Under de senaste åren har en rad myndigheter och befattningshavare i offentlig tjänst klagat över ungdomsfylleriet och framför allt utpekat mellanölet som en mycket allvarlig faktor i detta sammanhang. Polismyndigheterna konstaterar att rattfylleriet tilltar i ungdomskretsarna. Rättsväsendet konstaterar att ölet tycks spela en betydande roll i samband med ungdomens våldsbrott. Lasarettens ungdomspsykiatriska avdelningar har allvarliga bekymmer för ungdomen och mellanölet.

Är då bryggerinäringen helt okänslig för opinionsyttringar? En bryggerigrupp bromsade sin ölpropaganda, som var riktad till ungdomen, efter skarpa uttalanden mot sådan propaganda. Samtidigt som den avtog ökade ett folkrörelseägt bryggeri sin reklam; det talades till och med om "köptrygghet" i sammanhanget. Näringen var tydligen överens om att marknadsandelen skulle bevaras.

När Riksförbundet för allmän hälsovård hade sitt årsmöte i Stockholm i april 1969 sade generaldirektör Bror Rexed enligt tidningsreferatet: "Alkohol är den farligaste hälsorisk, som vi fritt låter utvecklas i vårt samhälle. Den dag vi tryckt narkotikamissbruket tillbaka — och jag tror att vi kommer att göra det — då måste vi göra en lika stor satsning på alkoholproblemet. Alkoholmissbruket är vårt nuvarande största medicinska problem. Vi har alltför mycket accepterat dess skadeverkningar och att detta problem skall vara kvar i samhället."

Under hänsynstagande till den skisserade utvecklingen anser vi att starka skäl nu föreligger för en stor upplysningskampanj liknande den inför högertrafikens införande.

Med hänvisning till ovanstående hemställes,

att riksdagen måtte besluta att i skrivelse till Kungl. Maj:t anhålla om åtgärder med syfte att starta en riksfattande statlig upplysningskampanj avseende att belysa alkoholmissbruket som medicinskt och socialt problem.

Stockholm den 27 januari 1970

Yngve Nyquist (s)

Erik Wärnberg (s)

Ivar Andersson (s)

Georg Pettersson (s)

Nr 527

Av herr **Olsson, Manne**, om åtgärder för att minska bristen på provinsialläkare i glesbygd.

(Lika lydande med motion nr 620 i Andra kammaren)

Stockholm den 28 januari 1970

Manne Olsson(s)

Nr 528

Av herr **Pettersson, Karl, m. fl.**, om bevarande av fäbodkulturen.

(Lika lydande med motion nr 482 i Andra kammaren)

Stockholm den 28 januari 1970

Karl Pettersson (m)

Gunvor Stenberg (m)

Henrik Åkerlund (m)

Ingvar Andersson (m)