

Nr 3.

Utlåtande i anledning av Kungl. Maj:ts proposition angående anslag till en upplysningskampanj i samband med övergången till en friare försäljning av rusdrycker jämte i ämnet väckta motioner.

Genom en den 19 februari 1954 dagtecknad proposition, nr 153, vilken hänvisats till särskilda utskottet, har Kungl. Maj:t, under återopande av propositionen bilagt utdrag av statsrådsprotokollet över finansärenden, föreslagit riksdagen att till *Upplysningskampanj i samband med övergången till en friare försäljning av rusdrycker* för budgetåret 1954/55 under sjunde huvudtiteln anvisa ett reservationsanslag av 700 000 kronor.

I samband med propositionen har utskottet till behandling förehaft likalydande motionerna nr 444 i första kammaren av herr *Bergh* samt nr 576 i andra kammaren av herrar *Nilsson* i Svalöv och *Nilsson* i Bästekille, i vilka hemställas att riksdagen måtte besluta att till *Upplysningskampanj i samband med övergången till en friare försäljning av rusdrycker* för budgetåret 1954/55 under sjunde huvudtiteln anvisa ett reservationsanslag av 400 000 kronor.

Beträffande de skäl, som anförts till stöd för de genom propositionen och motionerna väckta förslagen, får utskottet, i den mån redogörelse härför icke lämnas i det följande, hänvisa till propositionen och motionerna.

Propositionens huvudsakliga innehåll.

För att möta vissa väntade svårigheter i samband med övergången till det friare försäljningssystem för rusdrycker som förordats i propositionen nr 151 angående riktlinjerna för den framtida nykterhetspolitiken m. m. föreslås i förevarande proposition en särskild upplysningskampanj under övergångstiden. Kostnaderna för kampanjen uppgår till sammanlagt 2,3 miljoner kronor. Härav äskas för nästa budgetår 700 000 kronor.

Inledning.

Genom propositionen nr 151 framlägges förslag om nya riktlinjer för samhällets nykterhetspolitik. Dessa förslag innebär att tyngdpunkten förskjutes från restriktionslagstiftning till positiva nykterhetsfrämjande åtgärder av olika slag. Motbokssystemet föreslås avskaffat från den 1 oktober 1955.

Till grund för förslagen ligger bl. a. 1944 års nykterhetskommittés betänkande. Medan detta remissbehandlades, utverkade chefen för finansdepartementet Kungl. Maj:ts bemyndigande att igångsätta vissa kompletterande utredningar. En av dessa avsåg att utröna förutsättningarna för att genom en särskild upplysningskampanj motverka eventuella svårigheter vid en övergång till det av nykterhetskommittén föreslagna friare försäljningssystemet för rusdrycker.

Utredningen om upplysningskampanjen har utförts av *kommittén för motverkande av missbruk vid övergång till friare spritförsäljning*, bestående av fil. lic. R. Meidner, ordförande, jur. kand. B. Hagård, ledamoten av andra kammaren fil. dr G. Helén, direktören F. Stenbeck och direktören N. Sundberg. Kommittén har den 11 november 1953 avgivit betänkande (stencilerat). Enligt kommitténs uppfattning kommer övergången till ett friare försäljningssystem för rusdrycker att bli förenad med sådana svårigheter att särskilda motåtgärder blir erforderliga. Kommittén finner att en brett upplagd upplysningskampanj bör insättas och har framlagt detaljerade förslag till en sådan.

Över kommitténs betänkande har yttrande avgivits av ett trettiotal myndigheter och sammanslutningar. Kommitténs bedömningar har i allmänhet godtagits, och dess förslag har — i några fall med vissa jämkningar — godtagits i nästan alla yttrandena.

Kommittén.

Beträffande kommitténs undersökningar får utskottet hänvisa till redogörelsen å s. 3—7 i propositionen.

Kommittén har funnit att en påtaglig risk föreligger för en ökning av alkoholkonsumtion och missbruk vid en övergång till fri spritförsäljning. Den har kommit till slutsatsen att samhället bör sätta in särskilda åtgärder för att motverka den befarade försämringen av nykterhetstillståndet under övergångstiden efter införandet av friare spritförsäljning.

Kommittén finner icke orealistiskt att just vid en övergång till friare spritförsäljning räkna med en mera brant stigande utvecklingstrend för missbruket än för spritkonsumtionen. Övergången medför enligt kommitténs uppfattning främst den förändringen på kort sikt att restriktionssystemets spärrverkan bortfaller. Denna har sannolikt varit starkt verkande just på den kategori spritkonsumenter, vilkas konsumtion gränsar till missbruk.

Kommittén finner sig också kunna utgå ifrån att ungdomen är en särskilt utsatt grupp vid övergången.

Kommittén framhåller vidare, att flera icke nu bedömbara faktorer givetvis kommer att inverka på alkoholkonsumtionen vid övergången. En sådan skulle kunna kallas »frihetssuggestion», d. v. s. en benägenhet hos alkoholkonsumenter — såväl motboksägare som de övriga — att fira slopanDET av det frihetsinskränkande restriktionssystemet med en åtminstone tillfälligt ökad konsumtion.

Kommittén finner att risken för ökad spritkonsumtion vid fri spritförsäljning motiverar särskilda motåtgärder från samhällets sida. Vid sitt slutliga ställningstagande till frågan om en särskild upplysningskampanj för att möta övergångstidens svårigheter har kommittén utgått från att myndigheterna även i sina övriga åtgärder kommer att ta önskvärd hänsyn till de speciella övergångsproblemen. Möjligheten att nå ett tillfredsställande resultat med en dylik kampanj torde nämligen påverkas av att samhället jämväl med andra medel söker mildra övergångssvårigheterna. De andra medel kommittén åsyftar är prissättningen på alkoholdrycker, såväl den absoluta prisnivån som prisernas inbördes relationer, vidare stödåtgärder för organiserad verksamhet bland ungdom samt ökat stöd åt nykterhetsrörelsen och de nykterhetsvårdande organen.

Kommittén har ingående diskuterat frågan om en upplysningskampanj kan utlösa kontrasuggestion, d. v. s. får en effekt motsatt den avsedda, samt anför.

Under vissa förhållanden torde det inte vara uteslutet att en sådan utveckling skulle kunna befaras. Det gäller t. ex. om man genom särskilda motåtgärder så fäster uppmärksamhet vid att en övergång till friare spritförsäljning förestår, att därigenom intresset för de nya spritköpsmöjligheterna ökas med därav följande ogynnsam återverkan på konsumtionen. Risken för en sådan verkan får emellertid anses vara för handen endast under den förutsättningen att vetskapen om de vidgade möjligheterna icke på annat sätt blir allmänt spridd. Detta är utan tvivel en helt orealistisk förutsättning eftersom man har att emotse en intensiv och omfattande publicitet i såväl dags- som veckopressen. Frågan om motbokens avskaffande har nämligen ett starkt allmänt intresse och är därför synnerligen attraktiv ur publicistisk synpunkt.

Kontrasuggestion kan också tänkas uppstå därest allmänheten räknar med risken av en återgång till mera restriktiv försäljning. I en sådan situation kan det mycket väl hända att den enskilde individen finner det motiverat att »för säkerhets skull» passa på att utnyttja den ökade möjligheten medan denna ännu står till buds.

Kommittén föreslår att en upplysningskampanj bör ingå som ett led i samhällets åtgärder för att mildra övergångstidens svårigheter. Vid förberedande överläggningar med 38 olika organisationer, representerande arbetsmarknaden, ungdomen, kvinnorna, nykterhetsrörelsen, religiösa riktningar m. fl., har dessa i princip tillstyrkt en speciell upplysningskampanj.

Den föreslagna upplysningskampanjen skall pågå 6—8 månader under övergångstiden till ett friare försäljningssystem med början en till en och en halv månad före de nya försäljningsbestämmelsernas ikraftträdande. Kampanjen skall bekostas av statsmedel men baseras på medverkan av de stora organisationerna, vilka allmänt deklarerat att även de anser det vara en plikt att medverka var och en på sitt sätt. Kampanjen är avsedd att utföras med alla traditionella medel: medverkan av radio och press, användning av film, annonsering, affischering, folders eller broschyrer, brevmärken, iläggsblad, instruktionsmaterial m. m.

Kampanjens organisation föreslås bli en centralkommitté med arbetsutskott konstituerat vid sammanträde med de stora organisationerna. På det lokala planet föreslås lokalkommittéer i varje stad och kommun med stark förankring i ortens organisationsliv. De sammanlagda kostnaderna för det allmänna beräknas till 2 300 000 kronor.

Organisationerna föreslås medverka direkt och indirekt. Direkt torde samtliga ifrågavarande organisationer var och en på sitt sätt kunna medverka. För fackföreningarna föreligger möjligheten att utse särskilda arbetsplatsombud, vilkas främsta uppgift blir att på olika sätt verka opinionsbildande. Alla organisationer kan medverka till att sprida kampanjmaterial, anordna möten av olika slag och på annat sätt verka opinionsbildande. Arbetsgivare och personalorganisationer kan i samråd bedriva upplysning på arbetsplatserna. Organisationerna bör självfallet beredas möjligheter att framställa eget kampanjmaterial i samråd med kampanjledningen.

Den indirekta medverkan kan främst bestå däri att t. ex. ungdomsorganisationerna i ökad utsträckning bedriver öppen, allmänt ungdomsvårdande verksamhet.

Kommittén föreslår att en eventuell övergång till friare spritförsäljning lämpligen bör ske i början av oktober månad ett år utan allmänna val.

Slutligen föreslår kommittén, att frågan om en reducering av alkoholreklamen under övergångstiden blir föremål för särskilda förhandlingar. Kampanjledningen bör vidare enligt kommitténs mening uppmärksamma frågan om stöd åt reklamen för alkoholfria drycker.

Beträffande *de allmänna riktlinjerna för förslaget* anför kommittén bl. a. följande.

Det är kommitténs uppfattning att kampanjens framgång inte endast blir beroende av omfattningen och styrkan av de propagandamedel, som kan komma till användning, utan också av den anda, i vilken kampanjen föres. Den här planerade kampanjen skiljer sig från vanliga propagandakampanjer främst däri att den inte syftar till att utlösa impulser till ett visst handlande utan att verka återhållande. En principiell svårighet för kampanjen sammanhänger med att i denna med nödvändighet måste beröras frågor, beträffande vilka opinionen inte är enhällig och där man riskerar, att åtgärder, inriktade på vissa befolkningskategorier, kan uppfattas som stötande av andra.

Kommittén har funnit, att kampanjen bör få en alltigenom positiv och konstruktiv inriktning. Den bör i möjligaste mån vara fri från skrämsel, förmyndarskap eller moraliserande. Den bör påverka den enskilde medborgaren att själv reflektera över sina reaktioner inför det nya spritsystemet.

Den viktigaste vägen till påverkan av människor är enligt kommitténs uppfattning gruppen, antingen arbetsgruppen, »gänget» eller familjen.

Aktiviteten bland de olika grupperna — främst på arbetsplatserna och bland ungdomen — bör ske genom de organisationer, som verkar på ifrågavarande områden. Men kommittén föreslår att denna aktivitet skall stödjas och stimuleras genom en propagandamässig, utåtriktad kampanj.

Angående kampanjens omfattning framhåller kommittén att den visser-

ligen finner det sannolikt att en påtaglig risk för konsumtionsökning föreligger i samband med motbokssystemets avskaffande, vilket t. o. m. kan befaras leda till proportionellt större stegring av missbruket, men den kan rimligtvis inte exakt ange omfattningen av den upplysningskampanj, som jämte andra viktiga åtgärder skulle med framgång kunna motverka den befarade, ogynnsamma utvecklingen. Under sådana förhållanden kan det, enligt kommitténs mening, ligga nära till hands att till en del nöja sig med att förbereda åtgärder, som kan sättas in i den omfattning utvecklingen kan göra erforderlig. Kommittén har diskuterat den möjligheten men funnit att mycket vägande invändningar kan göras mot ett sådant förfarande. Kommittén anför i anslutning härtill.

Vissa av reklammedlen, framförallt film, men även affischer och trycksaker, kräver lång förberedelsestid. Eftersom man snabbt bör kunna sätta igång kampanjens s. k. beredskapsdel om och när det anses nödvändigt, måste därför dessa kostnadskrävande förberedelser göras under alla förhållanden. För filmens vidkommande måste planering och inspelning ske, vilket är tidskrävande. På inspelningen ligger också de största kostnaderna för detta kampanjmedel, varför besparingar inom detta område knappast är möjliga. Motsvarande resonemang gäller i viss mån även för affischer och trycksaker. Därtill kommer ett par andra mycket väsentliga faktorer. Placering av annonsfilm sker i regel långt i förväg, ibland mer än ett år före visningen, varför möjligheterna att få inspelade filmer visade just under den kritiska tiden blir mindre, om man först skall avvakta utvecklingen, än om man redan på ett tidigt stadium bestämmer sig för filmvisning. Samma är förhållandet när det gäller kommersiellt organiserad utomhusaffischering. Därtill kommer att från organisationerna har vid överläggningarna med kommittén samstämmigt framhållits, att man är angelägen om att i god tid få veta den yttre kampanjens omfattning och vilka hjälpmedel man kan påräkna för sin medverkan.

Man måste vidare, därest man stannar för en mindre kampanj eventuellt följd av en större, tills vidare blott planerad, riskera att kampanjens mest omfattande del kommer till utförande för sent, när de skadeverkningar redan inträffat, som man vill motverka. Man kan också riskera att försitta det psykologiskt lämpligaste tillfället att göra en verkligt effektiv kampanj.

Kommittén har därför funnit att vissa olägenheter och uppenbara risker för misslyckande är förknippade med en uppdelning av kampanjen i två delar, varav den ena blott ges beredskapskaraktär. Den ekonomiska besparingen genom en uppdelning skulle bli ganska obetydlig.

Vilken än utvecklingen blir anser kommittén att en kampanj av en viss omfattning bör utföras.

Om utvecklingen blir avsevärt gynnsammare än som motsvarar kommitténs bedömning, anser kommittén att de medel kampanjen kräver dock är väl använda pengar, eftersom en upplysningskampanj mot spritmissbruk i och för sig kan anses välmotiverad. Skulle å andra sidan utvecklingen bli ännu mera ogynnsam än kommittén räknat med, kan kampanjen till en del utsträckas i tiden och i vissa avseenden intensifieras.

I fråga om förslagets enskildheter må ytterligare anmärkas följande.

Kommittén föreslår för *filmens* vidkommande

1. En helserie annonsfilm inspelas omfattande 6 filmer à 75 sekunder och med ett totalt antal kopior av 1 600 att under ca 40 veckor skiftas mellan biograferna.

2. Genom samarbete med producenterna av journalfilm bör kunna placeras reportagemässiga bidrag till de sammanställningar av journalfilm, som sedvanligt sker.

3. Informationsfilmer inspelas, av vilka en kortare version bör kunna placeras såsom förspel till lämplig spelfilm. Tre dylika filmer förordas, varav två skulle speciellt vända sig till ungdomen och den tredje mera ha karaktären av information angående alkoholmissbrukets skadliga inverkan, dock med någon anknytning till den aktuella situationen. Filmerna bör ha en speltid av 15—25 minuter och komma till användning vid av organisationerna anordnade offentliga eller slutna möten.

Kommittén har uppgjort följande *tidsschema* för kampanjen.

Centralkommittén bör konstitueras så tidigt som möjligt med hänsyn till tidpunkten för ett eventuellt riksdagsbeslut, dock inte senare än ca 15 månader före motbokens avskaffande (enligt kommitténs antaganden i början av oktober 1955).

Den centrala kampanjledningen bör skyndsamt inrätta ett kansli för kampanjens genomförande och senast ett år före övergången anställa en kanslichef jämte biträdespersonal.

Kansliets första arbetsuppgift blir att efter centralkommitténs anvisningar planlägga och i samarbete med filmproducenter och reklambyråer framställa erforderliga propagandamedel. Det kan förutsättas, att redan från denna tidpunkt nykterhetsorganisationerna intensifierar sin verksamhet med anledning av övergången till fri spritförsäljning.

Ett halvt år före övergången bör lokalkommittéerna bildas. Samtidigt påbörjas lämpligen de olika organisationernas förberedande arbete för den planerade insatsen under kampanjen. Arbetsplatsombuden bör utses i detta sammanhang. Deras egentliga verksamhet skall dock inte påbörjas förrän någon månad före övergången och sedan pågå ca 6—8 månader.

Sommaren före övergången — ifall övergången sker i oktober — kan utnyttjas för appeller vid idrotts- och nöjesevenemang.

Länsombuden anställs två månader före övergången. Deras första och väsentliga uppgift är att undersöka i vad mån lokalkommittéer kommit till stånd, ta erforderliga initiativ för bildandet av lokalkommittéer på de platser där detta ej skett samt i övrigt se till att deras verksamhet kommer igång. Anställningstiden bör vara tre månader.

Den egentliga utåtriktade propagandaverksamheten, t. ex. annonser, trycksaker, affischer, torde böra sättas in 1—1 1/2 månad före övergången. Efter en lugn och smidig — icke bullrande och officiell — start bör den fulla kraften mobiliseras ca 14 dagar före övergången. Denna verksamhet bör emellertid inte pågå längre än 6—8 månader. Om man efter denna tid anser fortsatta övergångsåtgärder påkallade, bör dessa övervägas mot bakgrunden av det aktuella läget och de vunna erfarenheterna. En viss koncentration, t. ex. av annonser och affischer, strax före jul- och påskhelgen kan vara lämplig, om övergången sker i oktober. Även om det är nödvändigt att kampanjledningen på ett tidigt stadium fixerar vissa data för en intensifiering av kampanjen, bör av naturliga skäl möjlighet till förändringar i strategin föreligga, så att den smidigt kan anpassas till utvecklingen.

Kommittén framhåller i anslutning till sin sammanställning av kostnaderna för kampanjen, att dessa inte bör alltför hårt bindas till vart och ett av de särskilda kampanjmedlen.

Centralkommittén och dess arbetsutskott bör ha möjlighet att inom en viss given ram disponera medlen, visserligen i huvudsak efter de linjer som anges, men dock med möjlighet till smidig anpassning allteftersom utvecklingen och nya omständigheter så påfordrar.

Kommitténs sammanställning av *kostnaderna* är följande.

Film

Annonsfilm:		
helserie om 6 st.	326 000	
Journalfilm:		
4 bidrag à 5 000	20 000	
Kortfilm:		
3 st. à 55 000		
40 st. kopior av vardera	237 000	583 000

Annonsering

Dagspress	500 000	
Veckopress	200 000	700 000

Affischering 275 000

Direktreklam

Broschyr, 2 miljoner ex.	150 000	
Brevmärken, iläggsblad, instruktionsmaterial m. m. ..	125 000	275 000

Vandringsutställning 75 000

Kansli

Avlöningar:		
Chef à 30 000 per år	45 000	
Assistent à 17 000 per år	25 000	
Skrivbiträden à 8 700 per år	25 000	
Exp.-kostnader	25 000	
Resor & traktamenten	5 000	125 000

Länsombud

Avlöning 24 à 4 000 per st.	96 000	
Resor & traktamenten	54 000	150 000

Reserv 117 000

Kronor 2 300 000

Propositionen.

Departementschefen anför följande.

I den tidigare i dag anmälda propositionen nr 151 har framlagts förslag beträffande den framtida nykterhetspolitiken. Förslagen innebär att motbokssystemet avskaffas från den 1 oktober 1955 och att ett friare försäljningssystem för rusdrycker genomföres. Atskilliga försäljningsrestriktioner

upphäves eller uppmjukas. Tyngdpunkten i nykterhetspolitiken skall enligt förslagen i fortsättningen läggas på positiva nykterhetsfrämjande insatser, såsom upplysning, nykterhetsvård och ungdomssociala åtgärder.

I anslutning till dessa förslag har jag givit uttryck för den uppfattningen att man måste räkna med åtskilliga svårigheter i samband med övergången till det friare försäljningssystemet. Därvid har särskild vikt fästs vid de undersökningar och överväganden som gjorts av den särskilda kommitté som haft att utreda behovet av och förutsättningarna för en upplysningskampanj under övergångstiden. Denna kommitté har bedömt riskerna för ökad spritkonsumtion och missbruk under övergångstiden efter motbokssystemets avskaffande såsom påtagliga. Flertalet av remissyttrandena över nykterhetskommitténs och den särskilda kommitténs betänkanden har anlagt en liknande bedömning. Såsom den särskilda kommittén anfört måste man räkna med de konsumtionsvanor som nu finns. Det måste dröja någon tid innan de väntade gynnsamma verkningarna av den nya nykterhetspolitiken kan göra sig gällande. Den spärr för spritkonsumtionen som motbokssystemet hittills utgjort för vissa kategorier, bl. a. ungdomar, försvinner däremot med en gång. Härtill kommer verkningarna av de psykologiska fenomen som kommittén sammanfattat under benämningen frihetssuggestion. I likhet med kommittén anser jag emellertid att övergångssvårigheterna torde bli begränsade till tiden, i huvudsak något år.

Den särskilda kommittén har föreslagit motåtgärder under övergångstiden, huvudsakligen i form av en brett upplagd upplysningskampanj för ansvar och nykterhet. Kommittén betonar att dylika motåtgärder endast kan tjäna som komplement till allmänna åtgöranden på bred bas i syfte att mildra övergångssvårigheterna. Förslaget om upplysningskampanjen bör, såsom kommittén framhåller, ses mot denna bakgrund. Denna kampanj för ansvar och nykterhet skulle genomföras under ca en månad före och 5—7 månader efter det den nya försäljningsordningen genomföres. I kampanjen skulle alla sedvanliga reklammedel såsom annonser, film, affischer, trycksaker och dylikt komma till användning. Organisatoriskt skulle kampanjen anknyta till de stora folkrörelserna och organisationerna. Vidare skulle den ha en egen organisation bestående av en centralkommitté med arbetsutskott och därjämte länsombud samt lokalkommittéer. Samarbetet med de stora folkrörelserna och organisationerna bedömes av kommittén som en synnerligen viktig förutsättning för kampanjen. Dessa sammanslutningar skulle konstituera centralkommittén samt även i övrigt vara intimt knutna till kampanjen. Sålunda förutsattes för arbetsmarknadsorganisationernas vidkommande att särskilt organiserad aktivitet skall utvecklas på arbetsplatserna, bl. a. genom s. k. arbetsplatsombud.

Kommitténs förslag har fått ett gynnsamt mottagande vid remissbehandlingen.

I anslutning till vad i vissa remissyttrandena uttalats om vikten av att även andra åtgärder insattes för att mildra övergångssvårigheterna får jag erinra om att flera sådana åtgärder — såsom ock förutsatts av kommittén —

föreslås på olika områden. En redogörelse för dessa förslag lämnas i propositionen nr 151. Förslagen innebär bl. a. att den planerade upprustningen av nykterhetsvården samt nykterhetsupplysningen genom nykterhetsorganisationer skall börja redan under instundande budgetår. De i framtiden ökade anslagen skall det första året dessutom utgå med förhöjda belopp.

Enligt min uppfattning ger den utredning som framlagts av den särskilda kommittén vid handen att ett klart behov föreligger att genom en på lämpligt sätt upplagd upplysningskampanj för ansvar och nykterhet söka dämpa de svårigheter som otvivelaktigt kommer att uppstå under den första tiden efter motbokssystemets avskaffande. Man bör icke försumma att i detta avseende pröva de rimliga åtgärder som står till buds. Dessa övergångsåtgärder framstår som angelägna även ur den synpunkten att en övergång till den nya försäljningsordningen utan alltför stora friktioner kan bli av betydelse också för en gynnsam utveckling av nykterhetstillståndet på längre sikt. Mot den föreslagna kampanjen har invänts att den ställer sig kostsam. Man bör emellertid väga detta mot de fördelar, som kan stå att vinna genom åtgärden, och de risker man löper om man underlåter att pröva den. Härtill kommer, såsom jag visat i propositionen nr 151, att man genom motbokssystemets slopande på längre sikt åstadkommer besparingar för det allmänna som skapar ekonomiska förutsättningar för ökade positiva åtgärder av olika slag.

Jag förordar sålunda att en särskild upplysningskampanj för ansvar och nykterhet anordnas under övergångstiden efter motbokssystemets avskaffande.

Vid kampanjens utformning torde man i stort sett kunna följa de riktlinjer som uppdragits av den särskilda kommittén. Denna har enligt min mening på lämpligt sätt avvägt kampanjens omfattning, dess differentiering med avseende å taktiken och olika propagandamedel, den organisatoriska uppbyggnaden och den anslagsmässiga ramen. I likhet med kommittén anser jag det synnerligen värdefullt att man inriktar sig på att söka medverkan hos de stora folkrörelserna och organisationerna samt att få dessa att själva vara verksamma i den opinionsbildning för ansvar och nykterhet, som kampanjen bör taga sikte på. Denna anknytning till organisationerna bör komma till uttryck redan vid bildandet av kampanjens centralkommitté och lokalkommittéer. Reklamexpertis bör såvitt möjligt knytas till centralkommittén. Denna bör självfallet också söka samarbete med de olika informationsorgan som är verksamma i statens tjänst.

I fråga om taktiken för kampanjen måste hänsyn tagas till den omständigheten, att man vill försöka påverka alla befolkningsgrupper. Det förhållandet att organisationer av väsentligt artskild karaktär beredes tillfälle att medverka vid kampanjens utformning bör vara en god garanti för en effektiv inriktning av densamma. Kampanjmedlen bör också vara differentierade. Det synes således lämpligt att man, såsom kommittén föreslagit, använder radion, filmer av olika slag, tidningsannonsering och direktreklam i form av broschyrer och liknande. Möjligen kan det synas något tveksamt om den

ifrågasatta vandringsutställningen, som har begränsade möjligheter att under en relativt kort period nå ett större antal människor, bör ingå i kampanjen. De medel kommittén beräknat för denna speciella åtgärd kan måhända i stället tagas i anspråk för t. ex. ökad annonsering.

Såsom kommittén anmärkt bör kampanjmedlen utformas med tanke på att undvika kontrasuggestiva verkningar.

Det vore i och för sig önskvärt om kampanjens omfattning kunde smidigt anpassas till utvecklingen och begränsas i den mån övergångssvårigheterna blir mindre än man befarat. Såsom kommittén påvisat låter sig detta dock icke genomföra i större utsträckning. En betydande del av kampanjens medel kräver nämligen tidsödande och kostnadskrävande förberedelser.

Kampanjens centralkommitté bör noga pröva såväl kampanjens omfattning, inriktning och sakliga innehåll som nyttjandet av olika kampanjmedel. Den bör därvid beakta de synpunkter och uppslag, som framförts av utredningskommittén och i remissyttrandena, men bör icke vara helt bunden därav. Den bör även pröva de möjligheter som kan föreligga att genom olika åtgärder få allmänheten positivt engagerad i strävandena att bemästra övergångssvårigheterna.

Behovet av personal bör närmare prövas av centralkommittén. Vad gäller kanslichefen, kampanjens verkställande organ, är det angeläget att er hålla en särskilt välkvalificerad person för denna uppgift. Han bör anställas utan tidsutdräkt och om möjligt något tidigare än utredningskommittén angivit.

Vidare bör prövas om de av kommittén föreslagna länsombuden bör heltidsanställas eller, som ifrågasatts i vissa yttranden, deltidsanställas och sålunda nyttjas under längre tid. Det förefaller icke uteslutet att vissa fördelar skulle kunna uppnås genom det sistnämnda alternativet, utan att därför kostnaderna i stort påverkas.

Av det förut anförda torde framgå att man bör godtaga den kostnadsram och specifikation av olika utgiftsposter som föreslagits av utredningskommittén. Jag vill understryka att centralkommittén bör äga befogenhet att göra vissa jämkningar de olika posterna emellan. Centralkommittén bör sålunda få möjlighet att inom den angivna ramen närmare avväga de ekonomiska insatserna för olika kampanjmedel och så långt möjligt anpassa kampanjen med hänsyn till utvecklingen och gjorda erfarenheter.

För kampanjen bör i enlighet med det förut anförda få disponeras tillhoppa 2,3 miljoner kronor. En viss uppdelning av kostnaderna på budgetåren 1954/55 och 1955/56 torde böra ske. Största delen av medelsförbrukningen kommer nämligen först under det sista budgetåret. För budgetåret 1954/55 torde det vara tillräckligt att 700 000 kronor ställes till förfogande. Ett reservationsanslag å detta belopp bör anvisas. Jag vill emellertid framhålla att flertalet av de propagandainslag, för vilka betalning skall erläggas först under budgetåret 1955/56, måste förberedas genom beställningar redan dessförinnan. Centralkommittén måste därför ha befogenhet att under det första budgetåret träffa avtal om dessa beställningar. Om riksdagen icke

har något att erinra däremot, torde det få ankomma på Kungl. Maj:t att lämna föreskrift därom.

Slutligen vill jag taga upp några särskilda frågor, som behandlats av utredningskommittén.

Kommittén uttalade sig för vissa åtgärder i syfte att under övergångstiden reducera den kommersiella reklamen för alkoholdrycker. Jag har i propositionen nr 151 förordat inskränkningar i denna reklam. Under övergångstiden skulle reklamen upphöra helt. Åtgärderna skulle i huvudsak genomföras av Aktiebolaget Vin- & Spritcentralen. Jag vill här endast framhålla att kontakt i dessa frågor självfallet bör hållas mellan centralkommittén och Spritcentralen.

Vidare ifrågasatte kommittén om inte reklamen för alkoholfria drycker borde understödjas från det allmännas sida under övergångsperioden efter motbokssystemets avskaffande. Kommittén framhöll emellertid att denna reklam i första hand borde vara en angelägenhet för fabrikanterna. Enligt min uppfattning har ifrågavarande reklam ett betydande värde, icke minst i det läge som uppstår när friare försäljning av alkoholdrycker genomföres. Emellertid bör denna reklam närmast ankomma på fabrikanterna. Frågan faller för övrigt inom området för den ännu arbetande särskilda utredningen angående åtgärder för att främja ett alkoholfritt umgängesliv. Jag är sålunda icke beredd att i detta sammanhang förorda särskilt ekonomiskt stöd från statens sida åt reklamen för alkoholfria drycker.

Motionerna.

I de förut nämnda motionerna I: 444 och II: 576 framhålles bl. a. att den alldeles övervägande delen av svenska folket redan har förhållandevis stabiliserade alkoholvanor eller också intar en helt avvisande hållning till alkoholen, varför de knappast låter påverka sig av en kampanj. Däremot kan det enligt motionärerna befaras, att en sådan kan komma att hos stora folkgrupper onödigtvis och till skada för nykterheten fästa uppmärksamhet på alkohol.

Motionärerna anför vidare.

Det befolkningsskikt där en rätt upplagd propagandakampanj kan väntas få de bästa verkningarna synes vara ungdomar, vilkas alkoholvanor ännu icke fixerats.

Om man i en första etapp helt inriktade sig på ungdomen och sökte befrämja nykterheten hos denna och därvid inledde ett fruktbarande samarbete med de stora frivilliga ungdomsorganisationerna, synes det oss sannolikt att man med en insats av ca 800 000 kronor skulle nå beaktansvärda resultat. Detta belopp ligger också mycket nära det belopp statskontoret kommit fram till. I vad mån kampanjen därefter bör inriktas på andra folkgrupper eller eljest ändras till sin utformning synes nu knappast kunna bedömas. Vi ifrågasätter därför, att riksdagen icke i år skall binda sig för en kampanj av den omfattning som departementschefen förordat.

Vad angår anslaget för 1954/55 förordar vi att detta begränsas till 400 000 kronor.

Utskottet.

Det föreliggande förslaget om en upplysningskampanj för ansvar och nykterhet avser att möta vissa väntade svårigheter i samband med övergången till det i propositionen nr 151 föreslagna friare försäljningssystemet för rusdrycker. Utskottet har i sitt utlåtande nr 1 i huvudsak biträtt de förslag som framlagts i nämnda proposition. Beträffande övergången har utskottet framhållit att det föreliggande materialet icke ger någon säker grundval för att bedöma storleksgraden av de svårigheter som är att vänta. Vad som framkommit om det nuvarande motbokssystemets ringa verkningsförmåga som nykterhetspolitiskt instrument synes i och för sig tala för att svårigheterna icke kommer att bli särskilt stora. Utskottet har emellertid också framhållit att redan risken för konsumtionsökning och ökat missbruk under övergångstiden gör det angeläget att ägna hithörande frågor särskild omsorg.

Inom utskottet har viss tvekan rått om det är påkallat att göra en så omfattande och kostnadskrävande insats för övergångstiden. Det är tänkbart att man icke behöver räkna med större svårigheter än att de kan mötas med de positiva insatser av annan art — nykterhetsorganisationernas upplysningsverksamhet, nykterhetsundervisning, stöd åt ungdomsvårdande sammanslutningar samt nykterhetsvård — som enligt de föreslagna riktlinjerna för nykterhetspolitiken skall utbyggas under tiden fram till det nya försäljningssystemets genomförande. Förhållandena kan emellertid också ställa sig mindre gynnsamma, och i ett sådant läge blir en kampanj, som slår väl ut, väl värd sitt pris. Underlåter man att pröva denna åtgärd, tager man, såsom departementschefen påpekat, vissa risker. Oavsett hur den framtida utvecklingen gestaltar sig, torde en upplysningskampanj bli ett värdefullt stöd för de nykterhetspolitiska strävandena. Härvidlag må erinras om förslagets grundtanke att förlägga tyngdpunkten på de stora organisationernas och folkrörelsernas medverkan. Man kan härigenom nå en allmän uppslutning kring dessa strävanden som sannolikt eljest inte hade varit möjlig. Utskottet tillstyrker följaktligen att en upplysningskampanj insättes under övergångstiden.

Med hänsyn till storleken av det begärda anslaget har utskottet övervägt olika möjligheter att minska utgifterna. Ett förslag till avsevärd nedskärning av dessa framföres i motionerna I: 444 och II: 576.

Utskottet har vid sina överväganden i denna del måst säga sig, att om man tänkte sig så väsentliga beskränningar att en ny utredning bleve nödvändig, skulle det bli ogörligt att vidta sådana åtgärder som krävde längre förberedelsestid. En i viss mån ändrad inriktning av kampanjen, som innebure en nedtoning av den offentliga propagandan till förmån för en mera personlig påverkan på arbetsplatser och i fritidsgrupper, skulle emellertid vara möjlig utan en sådan särskild utredning.

Beträffande möjligheterna till besparingar är att märka att åtskilliga av de föreslagna propagandamedlen kräver långvariga förberedelser. Detta gäller särskilt filmen som enligt utskottets mening torde kunna bli särskilt

betydelsefull. Kampanjledningen bör därför, såsom departementschefen förordat, få befogenhet att redan under det kommande budgetåret med för staten bindande verkan träffa avtal om beställningar i fråga om sådana propagandamedel som kräver längre förberedelser.

Beträffande andra propagandamedel torde det åter vara möjligt att begränsa utgifterna samt å andra sidan anpassa dem efter vad som framkommer om utvecklingen under första tiden efter övergången. Underlag för en bedömning härvidlag torde kunna erhållas exempelvis genom jämförande intervjuundersökningar under tiden närmast före och närmast efter övergången. Med hänsyn till det intresse sådan undersökning av utvecklingen har för kampanjledningen kan det vara motiverat att av kampanjmedlen använda något mindre belopp för ändamålet exempelvis genom anlåtande av statistiska centralbyråns utredningsinstitut.

Bland propagandamedel, vilkas användning synes böra från början omprövas av kampanjledningen, må nämnas broschyrspridning, tidningsannonsering och affischering. En öppen fråga är vidare om kampanjen bör pågå sex eller åtta månader. Utskottet förutsätter att den tilltänkta kampanjledningen tillvaratager alla möjligheter till besparingar. Sker så, förväntar utskottet att den totala kostnadsramen kan avsevärt nedskäras. En förutsättning härför torde vara att kampanjledningen snarast möjligt kommer i verksamhet.

Vad departementschefen förordat beträffande kampanjtaktiken och organisationen för kampanjens genomförande föranleder icke någon erinran från utskottets sida. Utskottet vill i detta sammanhang framhålla vikten av en god kontakt mellan kampanjledningen och pressen. Dennas medverkan torde bli av stor betydelse för kampanjens framgång. Utskottet får vidare erinra om att det i sitt utlåtande nr 1 förordat samråd mellan kampanjens ledning och Aktiebolaget Vin- & Spritcentralen i fråga om den bolaget ålagda uppgiften att åstadkomma inskränkningar i reklamen för alkoholhaltiga drycker.

Utskottet har i det föregående förutsatt att väsentliga besparingar kan ske i fråga om kostnaderna. Beloppet av dessa besparingar torde emellertid icke kunna förutses nu. Delvis kommer möjligheterna härför att visa sig först sedan kampanjen igångsatts. Att nu fixera den totala kostnadsramen kan givetvis icke ske. Beträffande anslagsäskandet för budgetåret 1954/55 har utskottet icke någon erinran. Utskottet förutsätter, att om möjligheter till besparingar på utgiftskonton, som icke är bundna genom själva planläggningen, framkommer redan under förberedelsearbetet för kampanjen, detta anmäles för riksdagen i samband med anslagsäskandet för budgetåret 1955/56. Att de ytterligare av utskottet antydda besparingsmöjligheter, vilka kan yppa sig under kampanjens fortgång, i all utsträckning skall tillvaratagas — även om de inte kunnat förutberäknas i budgetförslaget för 1955/56 — anser sig utskottet självfallet kunna påräkna.

Vad departementschefen i övrigt anfört biträdes av utskottet.

Utskottet få alltså hemställa att riksdagen måtte

a) med bifall till förevarande proposition, nr 153, till *Upplysningskampanj i samband med övergången till en friare försäljning av rusdrycker* för budgetåret 1954/55 under sjunde huvudtiteln anvisa ett reservationsanslag av 700 000 kronor; samt

b) anse motionerna I: 444 och II: 576 besvarade genom vad utskottet ovan anfört.

Stockholm den 10 maj 1954.

På särskilda utskottets vägnar:

RICKARD SANDLER.

Vid förestående ärendes slutbehandling inom utskottet har närvarit

från första kammaren: herrar Sandler, Sundelin, Pettersson, Nils Elowsson, Wahlund, Franzon, fru Carlqvist, herrar Lundqvist, Englund, Elfving, Franzén och Huss; samt

från andra kammaren: herrar Olsson i Gävle, Svensson i Ljungskile, Sundström, Henriksson, fru Ewerlöf, herrar Stenberg, Onsjö, fru Johansson i Norrköping, herrar Helén, Lindholm, Braconier och Engkvist.

Reservationer

1) av herr *Onsjö*, som ansett att utskottets yttrande bort ha denna lydelse.

Utskottet har inte kunnat biträda det föreliggande förslaget om en särskild upplysningskampanj under övergångstiden, beräknad till en kostnad av sammanlagt 2,3 milj. kronor, varav högst 700 000 kronor skulle bli erforderliga under budgetåret 1954/55. Nyttan av en sådan kampanj synes under alla förhållanden kunna ifrågasättas. Den stort upplagda Åke Mjukkampanjen för trafiksäkerhetens främjande t. ex. anses ha givit ett mycket obetydligt praktiskt resultat.

Vad den föreslagna upplysningskampanjen för ansvar och nykterhet beträffar, synes till och med betydande risker för kontrasuggestiva verkningar föreligga. Såsom Centralförbundet för nykterhetsundervisning i sitt remissutlåtande uttalat, talar vissa skäl för att det bör göras så litet väsen som möjligt omkring övergången. Det är ur denna synpunkt icke osannolikt, att en särskild upplysningskampanj enligt det föreliggande förslaget kan

komma att motverka sitt eget syfte. Detta gäller i all synnerhet, då man inte anser sig ha möjligheter att helt förbjuda alkoholreklamen. Det har visserligen förutsatts, att Vin- & Spritcentralen skall verka för att alkoholreklam ej skall få ske samtidigt med den föreslagna upplysningskampanjen. Men även om alkoholreklamen och upplysningskampanjen skulle försiggå efter varandra eller växelvis, måste man befara olyckliga konsekvenser. Mot bakgrunden av den alkoholreklam, som inte torde kunna undvikas, riskerar man, att den föreslagna upplysningskampanjen på ett olyckligt sätt skulle komma att bidra till att öka intresset för spritkonsumtion, vilket skulle stå i uppenbar strid mot den nya nykterhetspolitikens grundläggande princip.

I olika propositioner har en del andra åtgärder föreslagits för att på längre sikt nå det i propositionen 153 avsedda syftet. Sålunda har för nästa budgetår föreslagits anslagshöjningar med sammanlagt omkring 1 570 000 kronor till nykterhetsorganisationerna m. m., anslagshöjningar och nya anslag om tillhoppa ungefär 2 600 000 kronor till ungdomens föreningsliv och fritidsverksamhet samt ökad avsättning till fonden för idrottens främjande med 500 000 kronor. Dessa förslag om väsentligt ökat stöd åt upplysning, nykterhetsvård och ungdomssocial verksamhet har i huvudsak tillstyrkts av utskottet. Det synes utskottet vara en framkomlig och riktig väg att på detta sätt stimulera det nykterhetspolitiska intresset. Utskottet vill framhålla, att ökade anslag till sådan verksamhet bör kunna anvisas nästa år, därest så då kan anses lämpligt och möjligt med hänsyn till det statsfinansiella läget.

Utskottet vill vidare framhålla, att därest riksdagen bifaller reservationen till utskottets utlåtande nr 1 över propositionen nr 151 angående övergångstiden, blir det ingen till en viss tidpunkt fixerad övergång. Genom den smidigare övergång, som i detta sammanhang föreslås, kommer det gamla systemet att mera omärkligt flyta in i det nya. Någon särskild upplysningskampanj i enlighet med det föreliggande förslaget kan då inte anses motiverad.

Utskottet avstyrker alltså det förevarande förslaget om ett reservationsanslag av 700 000 kronor till Upplysningskampanj i samband med övergången till en friare försäljning av rusdrycker.

Utskottet hemställer alltså,

att riksdagen må avslå förevarande proposition, nr 153, ävensom de i anledning av propositionen väckta motionerna I: 444 och II: 576.

2) av herr *Lundqvist*, fru *Ewerlöf* och herr *Braconier*, som ansett, att utskottets utlåtande bort ha följande lydelse.

Det föreliggande förslaget om en upplysningskampanj för ansvar och nykterhet avser att möta vissa väntade svårigheter i samband med övergången till det i propositionen nr 151 föreslagna friare försäljningssystemet för rusdrycker. Utskottet har i sitt utlåtande nr 1 i huvudsak bi-

trätt de förslag som framlagts i nämnda proposition. Beträffande övergången har emellertid i reservation till utskottets utlåtande nr 1 förordats en successiv avveckling av restriktionslagstiftningen.

Utskottet vill, i fråga om det eventuella behovet av en upplysningskampanj över huvud taget, icke göra något bestämt uttalande. Utskottet är emellertid av den åsikten att den av departementschefen förordade kampanjen planerats alltför vidlyftigt. Man torde genom ett väsentligt lägre anslag än vad departementschefen begärt kunna nå goda resultat i nykterhetsfrämjande syfte. Utskottet vill därför endast tillstyrka ett till 200 000 kronor under budgetåret 1954/55 och till 800 000 kronor under hela övergångstiden, begränsat anslag för en upplysningskampanj. Den alldeles avgörande delen av arbetet bör därvid, enligt utskottets uppfattning, läggas på den »inre linjen». Arbetsmarknadens parter och de stora folkrörelserna bör i första hand stimuleras att verka för en allmän uppslutning omkring de nykterhetspolitiska strävandena. Pressens medverkan bör vidare stödjas. Någon del av anslaget kan slutligen utnyttjas för nykterhetsupplysning via radio och film. Det torde vidare ankomma på Kungl. Maj:t att inom ramen av det av utskottet tillstyrkta anslaget och efter de av utskottet uppdragna riktlinjerna planera och genomföra den ifrågavarande nykterhetskampanjen.

Utskottet anser sig härvidlag ha besvarat motionerna I: 444 och II: 576.

Utskottet får alltså hemställa

att riksdagen måtte

a) i anledning av förevarande proposition, nr 153, till Upplysningskampanj i samband med övergången till en friare försäljning av rusdrycker för budgetåret 1954/55 under sjunde huvudtiteln anvisa ett reservationsanslag av 200 000 kronor; samt

b) anse motionerna I: 444 och II: 576 besvarade genom vad utskottet ovan anfört.