

## Motion till riksdagen 2012/13:K2

**av Sven-Erik Österberg m.fl. (S)**  
**med anledning av prop. 2011/12:151**

# Ändringar i radio- och tv-lagen

## Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen avslår proposition 2011/12:151 Ändringar i radio- och tv-lagen i de delar som avser kortare annonsavbrott i direktsända sportevenemang m.m.

## Motivering

Regler om annonser i svenska tv-sändningar infördes 1991 i samband med att riksdagen fattade beslut om en reklamfinansierad tredje tv-kanal (prop. 1990/91:149, bet. 1990/91:KU39, rskr. 1990/91:370). Det skedde genom en ändring i den dåvarande radiolagen (1966:755). Reglerna fördes senare i stort sett oförändrade över till den nya radio- och tv-lagen (1996:844), som trädde i kraft den 1 december 1996.

Reglerna om tillåten annonsmängd har därefter ändrats vid flera tillfällen, t.ex. 1997, 2002, 2004, 2008 och 2010. I princip varje ändring har inneburit en ökad möjlighet att sända reklam. Reklamen är grunden för finansieringen av kommersiella tv- och radio-kanaler. Samtidigt vet vi att få tittar på dessa kanaler för reklamens skull. Snarare ses den av de flesta som ett störande inslag i tv-programmen och väldigt många upplever att reklamen upptar en för stor del av sändningstiden. I regeringens proposition föreslås att reklaminslag, kortare än en minut, ska tillåtas i naturliga avbrott i direktsända idrottsevenemang. Det är en ny sorts reklamavbrott i de kanaler som sänds ut från Sverige, som vi anser ytterligare skulle störa helheten och sammanhanget i direktsändningen.

I samband med konstitutionsutskottets betänkande 2011/12:KU16 konstaterade utskottets majoritet att effekterna av alla dessa ändringar aldrig har studerats och begärde därför i ett tillkännagivande att regeringen bör genomföra en allsidig utvärdering av effekterna av den tidigare genomförda lagändringen som innebar en ökning av annonstiden till tolv minuter. Betänkandet vann också kammarens gillande.

**Fel! Okänt namn på**

Vår grundinställning är att det måste finnas en väl avvägd balans mellan tittarnas och lyssnarnas behov av att ta del av sändningar utan för många avbrott och antalet reklaminslag.

Att i ett läge när riksdagen begärt en allsidig utvärdering, ytterligare förändra regelverket innan effekterna av de förra förändringarna belysts känns problematiskt. En utvärdering bör först ske innan eventuella nya regler kan diskuteras. Regeringens proposition bör därför avslås i den del som berör kortare annonsavbrott i direktsända sportevenemang m.m.

Stockholm den 26 september 2012

*Sven-Erik Österberg (S)*

*Phia Andersson (S)*

*Billy Gustafsson (S)*

*Helene Petersson i Stockaryd (S)*

*Hans Ekström (S)*

*Hans Hoff (S)*

*Lena Sommestad (S)*