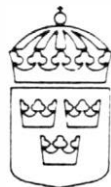


Motion till riksdagen

1989/90:K436

av Kaj Nilsson och Carl Frick (båda mp)

Satellit- och kabel-TV, m.m.



Mot.
1989/90
K436–437

Sammanfattning

Motionen innehåller förslag om lokal eter-tv och om att koncessionssystemet för lokala kabelsändningar bör återupprättas. Vidare förekommer ett förslag som går ut på att egensändningarna i kabelnät bör förbehållas de boende inom ett mera begränsat område, även andra förslag som syftar till ändring i kabellagen förs fram. Dessutom föreslås att en TV-politisk utredning tillsätts. Smygreklamen i Sveriges televisions sändningar behandlas i ett särskilt avsnitt.

I avsnitten 2–5 gör vi en beskrivning av läget. I avsnitt 6 presenteras vår grundsyn när det gäller radio- och tv-frågor. I avsnitt 7–12 lämnar vi våra förslag. Motionen är ganska omfattande, men vi har sett det som mycket angeläget att utförligt få föra fram vår syn på sakfrågorna.

Innehållsförteckning

Mot. 1989/90

K436

1. Inledning	3
2. Tekniska betingelser och juridik	4
3. Historik	7
4. Något om kabellagen och närmare om konsekvenserna av kabelnämndens beslut	9
5. Satellit- och kabel-tv, läget idag	10
5.1 Framtiden är inte så ljus – begränsad valfrihet	10
5.2 Satellit-tv-kanaler för Sverige	13
5.2.1 Särskilt om TV 3 – en underhållningskanal med monopol-tendenser som vill komma ned på jorden	15
5.3 Individuell satellitmottagning – ett problem för konsumenterna	16
5.4 Kabelnätssituationen i Sverige – stora nät i tätbebyggda områden	18
5.5 Kabelnämnden	18
6. Kulturell mångfald och kvalitet och fri och obunden opinionsbildning i radio och tv	19
6.1 Vår kultursyn och tv-tittarna	19
6.2 Närmare om vår syn på en fri opinionsbildning	22
7. Lokal eter-tv	27
8. Satellit- och kabel-tv i de boendes intresse	28
8.1 Översiktligt om bakgrunden till koncessionssystemet	29
8.2 Kulturutskottets uttalanden med anledning av förslaget till kabellag	30
8.3 Några motivuttalanden med särskilt avseende på reklamreglerna	31
8.4 Myter om en utveckling som inte går att styra och andra myter om satellit- och kabel-tv	34
8.5 Koncessionssystemet för lokala kabelsändningar måste återupprättas	39
8.6 Mindre tillståndsområden för egensändningar	40
8.7 Förhindra kringgående av kabellagens regel om samtidig sändning	41
8.8 Skärpning av reklamregeln i kabellagen	41
8.9 Förbud mot sponsring	41
8.10 Ett uttryckligt förbud mot smyg reklam och annan marknadsföring i själva programmen i satellit- och egensändningar i kabelnät	41
8.11 Skärpning av våldsskildringsregeln	42
8.12 Kabelnämnden bör inte handlägga frågor som gäller kabellagens reklamregler	42
9. Smyg reklam i Kanal 1 och TV 2	43
10. Utredning om tv-politiken	44
11. Tele-X	44
12. Begränsning av skyldigheten för hyresgäst att betala för kabel-tv-anläggning	45
Hemställan	45

1. Inledning

Näringsliv och kommersiella krafter är övertygade om att det blir reklam-tv i reguljära marksändningar inom ett par år, i Kanal 1, TV 2 eller en ny fristående kanal. Detsamma tycks vara förhållandet i vissa ledande socialdemokratiska kretsar. I den aktuella utredningen TV-politiken (SoU 1989:73) från utbildningsdepartementet förs sålunda argumenteringen kring tre olika reklam-tv-alternativ. Alternativet att inte satsa på reklam-tv avfärdas som orealistiskt och ingick inte ens i direktiven.

Kabelnämnden har i beslut i februari i år funnit att den typ av satellit som bl a TV 3 sänder över inte omfattas av kabellagen. Beslutet innebär att det inte längre finns några begränsningsregler för innehållet i vidareända satellitsändningar i kabelnät. Det är sålunda helt fritt att sända hur mycket reklam, våld, pornografi och rashets som helst till tv-tittande barn.

Det statliga televerket marknadsför satellitkapacitet och upplänktjänster här i landet för tv-program. Televerket distribuerar också satellit-tv-kanaler i sina kabelnät. Televerket har ca 75 % av kabel-tv-marknaden, vilket motsvarar ca 600 000 bostäder. Televerket har framförallt av kommersiella skäl satsat på att tillhandahålla satellit-tv i de större städernas höghusområden. Televerket anser sig inte ha rätt att ha synpunkter på innehållet i de sändningar som myndigheten sprider vidare i sina nät.

Våld och pornografi på tv och film kan skada barn. Det har riksdagen konstaterat vid flera tidigare tillfällen. Detta är också motivet bakom förhandsgranskningen för film som ska visas på biografier. Samma motiv ligger bakom reglerna om efterhandsingripande mot våldsvideogram.

Det är sålunda i princip förbjudet att visa skildringar med sexuell våld eller tvång och skildringar med närgånget eller utdraget grovt våld mot människor eller djur.

Motsvarande regler finns i lagen om ansvarighet för lokala kabelsändningar. Lagen gäller vidareändringar av satellitsändningar i kabelnät.

En konsekvens av kabelnämndens beslut är alltså att det är helt lagligt att i satellit-tv som vidare distribueras i kabelnät sända sådant som förbjudits för visning på landets biografier eller som inte får spridas på grund av förbudet i videovåldslagen. Det går inte heller att komma åt reklam och inslag med rasdiskriminering.

Riksdag och regering är sedan länge medvetna om denna orimlighet.

Under hösten 1989 behandlade riksdagen flera motioner som rör TV-politiken. Riksdagen avlog bl.a. en motion som gick ut på att alla satellittyper skulle föras in under kabellagen. Ett bifall till motionen hade inneburit att koncessionssystemet för spridning av satellitprogram i kabelnät med de principiella förbuden mot våld, pornografi, rashets och reklam hade återupprättats.

Riksdagen ville avvakta händelseutvecklingen och menade att först bör frågan om marksänd reklam-tv avgöras och satellit-tv-frågan utredas innan det kan finnas anledning att ta ställning till nationella regler för vidareändring av satellitprogram i kabelnät. Det är anmärkningsvärt att riksdagen inte heller funnit att de kulturpolitiska målen från 1974 som legat till grund för riksdagens tidigare ställningstaganden i fråga om reklam-tv och satellit-tv i

kabelnät äger någon giltighet längre. Miljöpartiet de gröna beklagar dessa beslut.

Mot. 1989/90
K436

Riksdagens beslut kan inte uppfattas på annat sätt än att de borgerliga partierna och socialdemokraterna har tagit principiell ställning för införande av reklam-TV i marksändningar här i landet. Tvisten mellan dem gäller egentligen bara på vilket sätt och i vilken omfattning det skall ske. Beslutet innebär vidare att TV 3 och andra kommersiella satellitkanaler tillåts växa sig starka.

Riksdagen ställer också sitt hopp till en konvention om gränsöverskridande tv-sändningar som undertecknades förra våren och som innehåller regler om reklam, våld, pornografi och rashets. Reglerna håller en för svenska förhållanden oacceptabel minimistandard och måste följaktligen kompletteras med inhemska regler.

Som exempel kan nämnas att enligt konventionen får mellan 15 och 20 % av sändningstiden innehålla reklam, vilket motsvarar 9-12 minuter per timme. Reklamen skall få avbryta program. Detta kan jämföras med den försiktiga uppfattning som bl a annonsörsföreningen tidigare framfört om att den sammanlagda reklamtiden per dag till en början inte bör vara mer än 20 minuter uppdelat på fem fyraminutersblock mellan programmen utspridda över kvällen, det vill säga 4 minuter per timme. Vi accepterar inte kommersiell reklam i tv.

Många annonsörer tror inte på att reklam i tv är särskilt effektiv.

En annan fråga som blivit allt mer aktuell är anpassningen till EG. Regeringen arbetar intensivt för att Sverige så snabbt som möjligt skall underkasta sig EG:s regler och överhöghet. Inom EG räknas television till industriproduktion, vilket innebär att utländska kommersiella och reklamfinansierade tv-företag kan få etablera sig i Sverige.

Det går att stoppa den här utvecklingen. För detta krävs dock en kraftfull kultur- och mediepolitik mot de kommersiella krafterna. En sådan politik för kultur med kvalitet och mångfald och fri och obunden åsiktsbildning är en av grundpelarna i vårt politiska system och samhällsliv. Andra områden som berörs är den enskildes livskvalitet och den syn som barn och ungdom får på människor, natur och samhälle via etermedierna. Att barn kan ta psykisk skada av innehållet i TV-program är ett av de bärande skälen för begränsningsregler i fråga om våld, pornografi och rashets. Till detta kan läggas konsumentskyddsaspekten som framförallt gör sig gällande i fråga om kommersiell påverkan på barn.

För miljöpartiet de gröna är frågorna om reklam- tv och satellit- och kabel-tv av särskilt intresse sedda i ett kulturpolitiskt och konsumentpolitiskt perspektiv inom en ekologisk ram.

Vi är positiva till lokal eter-tv.

2. Tekniska betingelser och juridik

Television är ett massmedium. En tv-sändning innebär sålunda att man från en plats med hjälp av elektromagnetiska vågor i etern (luften, rymden) eller i tråd (kabel) distribuerar program till flera mottagare (tittare) samtidigt vilka kan befinna sig i samma land eller i flera olika länder.

Distributionen kan tekniskt gå till på många olika sätt. Här följer några viktiga exempel:

1. Från en studio sänds programmet direkt i etern till mottagarna/tittarna.
2. Från en studio sänds programmet via ett s.k. radiolänknät till mottagarna/tittarna.
3. Från ett skepp på öppna havet eller luftrummet däröver, sänds programmet direkt till mottagarna/tittarna.
4. Från en studio sänds programmet till en satellit i rymden och återsänds omedelbart mot jorden och tas emot direkt av mottagarna/tittarna.
5. Från en studio sänds programmet via en satellit till mottagare på jorden från vilka programmet omedelbart vidare sänds i kabelnät till mottagarna/tittarna.
6. Från en studio sänds programmet direkt i tråd till mottagarna/tittarna.

1-4 är etersändningar. 5 är en etersändning och en trådsändning. 6 är en trådsändning.

4 och 5 är satellitsändningar. 5 är också ett exempel på hur en centralantennanläggning fungerar.

Utmärkta exempel på rundradiosändning av tv-program är 1 och 3.

I svensk rätt är en rundradiosändning en sändning som är avsedd att tas emot direkt av allmänheten. Kanal 1 och TV 2 sänder här i landet tv-program som är avsedda att tas emot direkt av allmänheten. Programmen når dock inte allmänheten direkt utan länkas som regel ut via ett radiolänknät. Först efter den sista länken i kedjan blir sändningen en rundradiosändning. 2 är ett exempel på detta.

Under pågående länkning kallas inte tv-sändningen för en rundradiosändning utan programtransport. Detta bygger på tanken att sändningen visserligen är avsedd att tas emot av allmänheten men inte direkt.

4 kan vara en rundradiosändning från en satellit men behöver inte vara det. Detsamma gäller 5.

De regler som avses styra användningen av radio- och tv-medierna grundas dels på att det råder en faktisk begränsning i etern när det gäller tillgång till frekvenser för sändning och dels på vissa politiska uppfattningar om makten över medierna och innehållet i sändningarna.

I Sverige har vi enligt en internationell överenskommelse maximalt tillgång till fyra marknät för tv-sändningar, det vill säga fyra tv-kanaler. Två är utbyggda och används av Kanal 1 resp. TV 2, ett är delvis utbyggt och används för sändningar av finska program. Antalet kanaler i kabelnät kan beroende på tekniska och ekonomiska överväganden vara från fyra till uppemot 40 kanaler. Även satelliterna kan ha varierande antal kanaler. I de gamla s.k. kommunikationssatelliterna har det förekommit 32 kanaler för tv-sändningar. I Astra-satelliten är det 16 och i Tele-X som är en direktsändande satellit är det betydligt färre, nämligen fyra stycken kanaler.

Kanal 1 och TV 2 liksom andra rundradiosändningar får utan särskilt tillstånd vidare sändas i tråd eller kabelnät till anslutna mottagare. Detsamma anses i princip gälla för rundradiosändningar från satelliter.

Satelliterna befinner sig dock inte här i landet utan i yttre rymden, flera tusen kilometer från jorden i en linje över ekvatorn i s.k. geostationära banor. De ligger alltså i princip utanför svensk lags territoriella tillämpningsområde. Detsamma gäller öppna havet. Men genom internationella över-

enskommelser har det blivit möjligt för Sverige att stifta en lag som förbjuder rundradiosändningar som innehåller reklam riktad mot Sverige från öppna havet och luftrummet däröver.

Mot. 1989/90
K436

Några svenska regler som direkt riktar sig mot sändningarna från satelliterna finns inte. Däremot finns regler som gäller för vidare-sändning i kabelnät av sändningar från satelliter i fast trafik. Reglerna finns i kabellagen. För sådan vidare-sändning krävs tillstånd om den når fler än 100 bostäder.

I kabellagen finns också en regel om att en vidare-sändning av en programkanal får stoppas om det i kanalen under längre tid och i betydande omfattning förekommit kommersiell reklam som måste anses riktad särskilt till svenska konsumenter. Liknande regler finns för skildringar som innehåller våld, pornografi och rashets.

Begränsningsreglerna gäller alltså endast vidare-sändningar från satelliter i fast trafik.

Om en satellit inte är i fast trafik eller sändningarna från en satellit anses som rundradiosändning gäller därför inte tillståndsvånget och följaktligen inte heller begränsningsreglerna.

Uttrycket satellit i fast trafik, som inte är definierat i lag kommer från det internationella radioreglementet. Med hjälp av reglementet och andra regler söker nationerna gemensamt, främst för att undvika störningar i sändningsverksamheten, dela in radiofrekvenser, vilket som framgått är en begränsad tillgång, för användning inom olika områden och ändamål (tv, ljudradio, teletrafik, datatrafik etc.).

I radioreglementet beskrivs två satellittyper, satellit i fast trafik och direktsändande satellit. Några andra former av satelliter känner inte radioreglementet.

Skillnaden mellan de båda satellittyperna är i princip att den första bör användas för sändningar mellan fasta jordstationer och den andra för sändningar som når allmänheten direkt, därav namnen på satelliterna.

Uppdelningen i satelliter i fast trafik och direktsändande satelliter har tillkommit för fördelning av frekvenser och har således inte tillkommit efter mediepolitiska överväganden.

Det s.k. 12 "gigahertzbandet" har tilldelats och förbehållits sändningar med direktsändande satelliter. Något motsvarande förbehåll har inte gjorts för satelliter i fast trafik.

Sändningar med satelliter i fast trafik går över 11 "gigahertzbandet" som också används för andra ändamål, exempelvis radiolänkning. Astrasatelliten använder också detta frekvensområde. Anledningen till att kabellagen kom att omfatta satelliter i fast trafik och inte direktsändande satelliter var i huvudsak följande.

Satelliter i fast trafik används för programtransporter mellan fasta jordstationer. Programtransporterna är slutna och kan jämföras med radiolänkningar i marknäten. Det är först genom utsändningen i tråden som sändningen blir avsedd att tas emot direkt av allmänheten. Att avsändarens avsikt är att sändningen skall nå allmänheten saknar verkan.

Av betydelse för resonemangen var också uppfattningen att satelliter i fast trafik som sände med svag effekt med spridning över ett stort område, flera länder, kontinenter, krävde stora och dyrbara mottagningsutrustningar.

Som jämförelse togs direktsändande satelliter som skulle sända med mycket stark effekt riktad mot ett bestämt begränsat område, ett land, och som därför endast skulle behöva små och billiga mottagningsutrustningar. En sådan utrustning skulle vara överkomlig för gemene man. Dessutom fanns ingen direktsändande satellit i bruk.

Något mellanläge talades det inte om i motiven till kabellagen. Effekterna på Intelsat- och Eutelsat-satelliterna som ansågs sända i fast trafik angavs till 15–30 watt. Vidare förekom en uppgift om ca 40 watt i den ryska Horisontsatelliten. För direktsändande satelliter skulle effekten ligga på 100–250 watt. Tele-X-satelliten avsågs få en effekt på 200 watt.

Koncessionssystemet för satellitsändningar grundas alltså på uppfattningen att satelliter med låg effekt skulle omfattas av systemet, däremot inte högeffektssatelliter. De direktsändande satelliterna intog också en särställning på så sätt att sändningsrätten var förbehållen det mottagande landet.

Några storlekar eller priser på olika mottagarealternativ nämndes inte särskilt. Dock framgår av ett utskottsbetänkande att de antenner som det var fråga om för mottagning av satelliter i fast trafik kunde vara 4 meter i diameter eller större. Sådana antenner kostade en bra bit över 100 000 kronor och var väl knappast överkomliga att införskaffa för allmänheten. Kollektiv mottagning tedde sig därför naturlig med hänsyn till kostnaderna.

3. Historik

För en riktig förståelse av frågorna om kommersiell-tv och en television i allmänhetens tjänst är det av vikt att dessa sätts in i ett historiskt sammanhang.

Under de första åren på 1900-talet började man i större utsträckning sända talade meddelanden med hjälp av radiovågor. De första lagreglerna om innehav och användning av radiosändare och radiomottagare kom redan 1905. I början av 1920-talet påbörjades försökssändningar av radioprogram. Radion blev snabbt ett massmedium.

Vid den här tiden diskuterades också hur det nya mediet skulle organiseras. Man hade två förebilder: den engelska och den amerikanska. Den engelska innebar att rundradioverksamheten bekostades med licensmedel och att verksamheten styrdes av särskilda regler för programinnehållet. Den amerikanska modellen innebar att verksamheten finansierades med reklamintäkter och att någon särskild styrning inte förekom från statens sida. I Sverige valde man med stor enighet den engelska modellen för organisationen av rundradioverksamheten.

Nya regler för radiosändare och radiomottagare kom sålunda 1924. Reglerna innebar, liksom tidigare, att tillstånd krävdes för innehav och användning av sådana anläggningar. Särskild avgift, licens, skulle betalas av innehavare av radiomottagare. Ett särskilt bolag bildades, ABSvensk Radiotjänst, som i princip fick ensamrätt att sända radioprogram i rundradiosändning i landet. Verksamheten reglerades genom avtal mellan staten och Radiotjänst. Enligt avtalet skulle Radiotjänst bedriva programverksamhet med iakttagande av opartiskhet och saklighet. Ett förslag från företrädare för dåvarande högerpartiet om förhandsgranskning (censur) av radioprogram avisades.

I början av 1950-talet blev det möjligt att sända tv-program i större omfattning i vårt land. Även denna gång diskuterades hur det nya mediet skulle organiseras och vem som skulle få bedriva verksamheten. Valet stod mellan Radiotjänst och ett privat företag. Staten valde att även anförtro tv-sändningsverksamheten till Radiotjänst. År 1955 började regelbundna tv-sändningar till allmänheten. Verksamheten reglerades med avtal. Radiotjänst blev Sveriges Radio. Samtidigt ändrades ägarförhållandena i bolaget. Tillstånd att inneha och använda sändare för rundradioändamål, dvs för sändning av ljudradio- och tv-program, gavs i princip endast till Sveriges Radio.

Radiolagen trädde i kraft i januari 1967. Den föregicks av omfattande utredningar och diskussioner. Bl.a. förkastades ett förslag från högerpartiet om inrättande av en reklamfinansierad tv-kanal. Övriga partier var överens om att Sveriges Radio alltjämt borde ha hand om rundradioverksamheten. Skälet till detta var att programverksamheten därigenom kan bedrivas i samhällets och allmänhetens tjänst, den s.k. public service-tanken.

Införandet av radiolagen innebar bl a att rätten för ett företag att sända radioprogram i rundradiosändning, vad som kallas ensamrätten, och vissa regler om programinnehållet, opartiskhet och saklighet, lagfästes och att förhandsgranskning av radiosändnings innehåll blev förbjuden i lag, dvs censurförbud infördes. Var och en fick rätt att inneha mottagare men för innehavet skulle betalas avgift. Vid den här tiden etablerades TV 2, och färg-TV introducerades.

Rundradiosändning definierades som en radiosändning som är avsedd att mottas direkt av allmänheten.

Redan under 1960-talet började tv-program via satellit att överföras från ett land till ett annat eller från en kontinent till en annan. Satelliterna användes i fast trafik för distribution mellan fasta jordstationer.

År 1978 genomfördes en omorganisation av Sveriges Radio. Bolaget blev moderbolag i en koncern med fyra sändande dotterbolag. Regeln om ensamrätt ändrades följaktligen, så att de programverksamma bolagen kunde få egen sändningsrätt. Samtidigt genomfördes en generell rätt att vidareända ljudradio- och tv-program i rundradiosändning som har upptagits trådlöst på centralantennanläggning till mottagare inom fastighet som är ansluten till anläggningen. Vid denna tid kom idéerna om att använda satelliter för distribution av tv-program direkt till allmänheten. Ett nordiskt samarbete med att sända program över en direktsändande satellit diskuterades.

I början av 1980-talet blev det möjligt att i större utsträckning ta emot sändningar av tv-program från satelliter i fast trafik och vidareända dem i tråd till anslutna mottagare. Det gick också bra att ta emot programmen med privata parabol. Som exempel kan nämnas att det marknadsfördes parabolantennor som kostade ca 7 000 kr. och var väl lämpade att ta emot satellitsändningar för enskild mottagning.

År 1985 kom ett förslag om lag om lokala kabelsändningar (kabellagen). De borgerliga ledamöterna reserverade sig mot förslaget om inskränkningar beträffande reklam i vidareändning av satellitprogram. Däremot var man överens om restriktioner beträffande satellitprogram som präglas av våld, pornografi och hets mot folkgrupp. Regler hamnade i en särskild lag, lagen om ansvarighet för lokala kabelsändningar (ansvarighetslagen).

Kabellagen och ansvarighetslagen trädde i kraft den 1 januari 1986. Kabellagens tillståndsplikt gäller för lokala trådsändningar av radioprogram som når fler än 100 bostäder.

I januari 1988 började TV3 sina reklamsändningar, riktade mot Sverige. I februari 1989 beslutade kabelnämnden att Astrasatelliten, som TV3 då ännu inte tagit i bruk, skulle betraktas som en direktsändande satellit vid tillämpningen av kabellagen. Koncessionssystemet för satellitsändningar sattes därmed ur spel. Det är sålunda inte längre möjligt att ingripa mot innehållet i TV3:s sändningar eller i några andra satellitsändningar. Begränsningsreglerna för reklam, våld, pornografi och rashets gäller inte längre.

Beslutet är såtillvida märkligt att det grundas på en uppfattning om att det skett en teknisk utveckling som omöjliggjorde ett ingripande med stöd av lagen mot vidaresändningar av program från satelliten. Någon sådan teknisk utveckling har nämligen inte ägt rum, vilket kommer att visas i avsnitt 8.

Beslutet är också märkligt av det skälet att kabelnämnden fattat ett beslut innan frågan ens kunnat bli aktuell för nämnden. Satelliten var inte tagen i bruk. Genom beslutet har kabelnämnden kommit med en lagförklaring, likt en författningsdomstol. Ett sådant beslut får inte fattas av en förvaltningsmyndighet. En närmare redovisning av omständigheterna vid beslutets tillkomst får dock anses ligga utanför denna motion.

4. Något om kabellagen och de närmare konsekvenserna av kabelnämndens beslut

Frågor om lokala kabelsändningar prövas av kabelnämnden. Nämnden skall även utöva tillsyn över verksamhet med lokala kabelsändningar.

Tillstånd till lokala kabelsändningar kan ges till egensändningar, dvs. sändning av egna programproduktioner med lokal prägel, och satellitsändningar. Tillstånd till satellitsändningar innebär rätt till vidaresändning av programkanaler från satelliter. Tillståndshavaren skall hålla kabelnämnden underrättad om vilka programkanaler han vidaresänder. Vidare finns en möjlighet att upplåta kanaler för lokala ändamål.

Begrepp i lagen som kan vara av särskilt intresse i detta sammanhang är kanal, programkanal, satellitsändning och egensändning.

Kanal: det genom frekvensangivelse eller på annat därmed jämförligt sätt särskilt bestämda utrymme i ett kabelnät som behövs för sändning av radioprogram.

Programkanal: det samlade utbud av radioprogram som under en gemensam beteckning sänds i en kanal.

Satellitsändning: vidaresändning av programkanaler från satelliter i fast trafik.

Egensändning: sändning av annat slag än vidaresändning.

För den som har tillstånd till satellitsändningar, exempelvis televerket, gäller i princip en skyldighet att kostnadsfritt tillhandahålla en kanal i kabelnätet för lokalt kabelsändarföretags egensändningar av televisionsprogram, att se till att de boende i fastigheter som ansluts till kabelnätet på ett tillfredsställande sätt kan ta emot sändningar från programföretagen i Sveriges Radio-koncernen, samt att erlagga viss avgift till staten.

Kommersiell reklam får inte alls förekomma i egensändningar. Även s.k. sponsring är förbjuden i egensändningar.

För satellitsändningar gäller som tidigare nämnts en särskild bestämmelse om reklambegränsning till svenska konsumenter, som lyder så här:

”Fortsatt vidareändring av en programkanal från satellit får förbjudas för en tid av högst ett år om det i programkanalen under en längre tid och i betydande omfattning har förekommit sådan kommersiell reklam som måste anses riktad särskilt till svenska konsumenter.

Ett förbud får dock meddelas endast om det med hänsyn till sändningarnas art och programkanalens karaktär och inriktning bedöms att ett förbud för programkanalen är godtagbart från yttrandefrihets- och informationsfrihetssynpunkt.”

Något förbud mot sponsring i satellitsändningar finns inte.

I ansvarighetslagen finns bestämmelser om ingripande mot inslag av våld, pornografi och hets mot folkgrupp i egensändningar och i satellitsändningar.

För innehållet i satellitsändningar finns inte någon direkt ansvarig. Principen är att programkanalen vid en upprening av en viss företeelse kan drabbas av vidareändringsförbud i kabelnät. Varken nätägaren, kabeloperatören eller programkanalen anses kunna göras ansvarig för innehållet i sändningarna. För egensändningars innehåll svarar det lokala kabelsändarföretaget eller en programansvarig. Vid överträdelse kan sändningstillståndet dras in.

Kabelnämndens beslut att förklara att Astrasatelliten, som bl.a. TV 3 numera sänder från, ska betraktas som en ”direktsändande satellit” innebär att den som vidareänder program från den satelliten inte omfattas av koncessionssystemet för lokala kabel-tv-sändningar. Det är dock ingen avgörande skillnad mellan den satelliten och de satelliter som redan är i bruk. Gränsen mellan olika satellittyper har genom beslutet suddats ut i rättsligt hänseende.

Detta innebär att koncessionssystemet i sin helhet har satts ur spel. Den som vidareänder satellitprogram i kabelnät kan i fortsättningen göra det helt fritt, utan tillstånd och ingripande från kabelnämnden eller annan myndighet. Regler som ska förhindra sändningar av svensk reklam, våld, pornografi och rashets behöver inte följas. Nätägare är inte heller skyldig att upplåta kanal för lokala egensändningar, vilket tillskapats i syfte att öka vanliga människors ”yttrandefrihet i tv”, ett slags lokal allmän-tv, och att upplåta kanaler för Kanal 1 och TV 2. Dessutom slipper kabeloperatören betala avgifter som ska användas för att få igång lokala programproduktioner i kabelnäten.

Vid handläggningen av ärendet fattade kabelnämnden också det märkliga beslutet att inte bara nätägarna, televerket m.fl., utan också TV 3 skulle anses som part, sakägare, i ärendet, vilket inte förutsatts i motiven till kabellagen (se avsnitt 8).

5. Satellit- och kabel-tv-läget idag

5.1 Framtiden är inte så ljus – begränsad valfrihet

I press och andra medier målas upp en bild av en framtid med många satellitkanaler med ett stort utbud av olika program att välja på. Det talas bl.a. om

ett 60-tal olika kanaler. Alla i Sverige skall i princip kunna få del av programutbudet till en billig kostnad. Ett slags satellit-tv:ns stora rika smörgåsbord som alla kan njuta av.

Nödvändiga förutsättningar för denna utveckling är emellertid att kanalerna kan finansieras, att det finns program till alla kanaler, att det finns mottagningsutrustningar till överkomliga priser (parabolantenner) och att det finns tittare.

För att kanalerna skall kunna sända krävs alltså för det första pengar. Det finns i princip två finansieringsvägar.

Den ena är att tittarna direkt betalar för att få se kanalutbudet eller vissa program. Detta kallas för betal-tv. Den tv-avgift som idag tas ut här i landet är egentligen också ett slags betal-tv-finansiering; utan "licensmedel" inga program.

Kostnaden för att se en betal-tv-kanal som visar långfilmer varierar mellan 100 och 150 kr. per månad, vilket motsvarar 1 200–1 800 kr. per år, ett belopp som överstiger den s.k. tv-licensen. För den som vill se flera kommersiella kanaler springer kostnaden snabbt i höjden.

Den andra finansieringsformen är att annonsörer betalar för annonser i sändningarna. Hit kan också räknas s.k. sponsring som innebär att företag på vissa villkor betalar för särskilda program eller programinslag. Gränserna mellan dessa båda former är flytande.

"Licensfinansiering" har som regel använts av s.k. public-serviceföretag, typ vår Kanal 1 och TV 2 och engelska BBC. Med public service menas helt enkelt en TV i allmänhetens tjänst. Detta till skillnad från en TV i kommersiella intressens tjänst.

Den reklamfinansierade kommersiella tv:n är beroende av sina annonsörer; utan annonsörer inga inkomster och inga program.

Den "vara" som den kommersiella tv:n säljer är sändningstid med ett förväntat antal tittare. Genom reklamen vill annonsörerna påverka tittarna till att köpa. Tittarnas motprestation för att få se tv-programmen är att sitta framför tv:n under reklaminslagen och låta sig påverkas av dem att köpa produkterna. I själva verket är det tittarna som betalar för den kommersiella tv:ns verksamhet och dessutom för annonsörernas försäljningsökning.

Om annonsörerna endast har en kanal att annonsera i, så är valet av medium enkelt. Men om det finns flera kanaler. Vilken kanal skall annonsörerna då välja? Och räcker pengarna till alla kanaler?

För varje kommersiell tv-kanal är det "livsviktigt" att visa upp stora tittarsiffror och breda intressanta tittargrupper för eventuella annonsörer. Många annonser ger pengar och vinst.

För en kommersiell tv-kanal är det också "livsviktigt" att hålla kostnaderna nere för sändningarna. Det är mycket dyrt att producera egna program men förhållandevis billigt att köpa program från USA, där utbudet av fiktionsprogram och serier etc. är mycket stort. Den som kan få höga tittarsiffror med inköpt material kan således tjäna stora pengar.

Tv-program är redan idag en bristvara. Det kommer därför att bli mycket svårt att fylla alla tv-kanaler även med de sämre produktionerna från USA. Dallas m.fl. serier som går i svensk TV är den absoluta toppen av USA-produktionen.

De framtida kommersiella satellitkanalerna kommer således, liksom redan idag, att innehålla likartade program, amerikanska serier ofta med våld, varutävlingar, populärmusik, repriser etc. Det finns också en utvecklingstendens mot en ökad specialisering med kanaler för sport, popmusik, film etc.

Detta innebär i princip två huvudformer av kanaler, breda likartade underhållningskanaler och specialkanaler.

För att ta emot tv-programmen från en satellit krävs en parabolantenn. Det finns idag flera satelliter och flera blir det. Det krävs i princip en parabolantenn för varje satellit, dock kan varje satellit sända flera tv-kanaler.

För att kunna se program från olika satelliter krävs flera antenner eller en antenn med motordrift som kan riktas in mot de olika satelliterna. Skall flera personer samtidigt se olika program krävs alltså flera parabolantenner.

Antennutrustningar är förhållandevis dyra. På grund av kodning och tekniska faktorer begränsas i själva verket möjligheten att med privat antenn ta emot de olika satellitsändningarna till en rimlig kostnad högst betydligt.

Valfriheten är sålunda mycket begränsad.

Televerket och andra erbjuder idag kabelnät där möjligheten finns att se kanaler från olika satelliter. Kapaciteten i fastighetsnäten är dock många gånger begränsad och vanligtvis erbjuds därför bara ett 10-tal olika kanaler.

De satellitkanaler som idag sänder går med stora förluster. Konkurrensen om annonsörer och tittare är hård. Annonsörerna har inte heller visat något särskilt intresse för satellitkanalerna och viljan att köpa annonstid är helt enkelt svag, då det finns en utbredd misstro mot medierna och deras förmåga att attrahera tittare. Några kanaler som riktade sig till svensk publik har slutat med sina sändningar. Även tittarnas intresse har varit mycket svårt för reklam-tv-kanaler.

Det finns egentligen ingen anledning att tro att flera satellitkanaler skulle medföra ett större intresse från annonsörernas sida. Snarare är det väl tvärtom.

De kommersiella satellit-tv-bolagen söker nu muta in egna marknads- och sändningsområden. Borta är tanken på alleuropeiska reklam-tv-sändningar.

Satellit-tv-framtiden är alltså inte så ljus och mångfasetterad som många förespråkare velat göra gällande.

När det gäller Tele-X har det diskuterats om en betal-tv-kanal och en reklam-tv-kanal. Rymdbolaget som administrerar satelliten vill självfallet liksom regeringen i form av industridepartementet få tillbaka en del av de pengar, ca 2 miljarder kronor, som projektet kostat. En reklam-tv-kanal och en betal-tv-kanal har diskuterats. Borta är tankarna på nordiskt samarbete som en gång blev upprinnelsen till Tele-X.

Även kabelföretagen med det helt dominerande televerket i spetsen gör stora förluster. Enligt en uppgift har televerket hittills förlorat 800 miljoner på sin kabel-tv-satsning. Scansat/TV 3 har för att förbättra sitt konkurrens-läge satsat på att förse gamla centralantennanläggningar med en parabolantenn riktad mot Astrasatelliten för att bl.a. tillhandahålla TV 3.

Innehållet i kabelnäten domineras av satellitkanalerna. På några få ställen har egensändningar kommit igång i synnerligen blygsam omfattning. Det saknas helt enkelt pengar. Ett inte obetydligt antal program som förekommit

i lokala egensändningar har producerats centralt av stora organisationer. Tanken på den lokala tv:n har hittills inte kommit särskilt långt, men det finns ett förhållandevis stort intresse för sådan verksamhet på många orter.

Mot. 1989/90
K436

5.2 Satellit-tv-kanaler för Sverige

I Sverige är för närvarande högst ett 20-tal satellit-tv-kanaler tillgängliga för distribution i kabelnät. Flertalet är kommersiella. Av särskilt intresse för den svenska marknaden är betal-tv-kanalerna Filmnet, SF Succé och TV 1000 och reklam-tv-kanalerna TV 3 och Nordic Channel eftersom språket i kanalerna är svenska eller textat på svenska. I vissa kabelnät förekommer också betal-tv-kanalen TV Plus, som sänds direkt i näten och inte via satellit. I september tänker Nordisk Television börja sina reklam-tv-sändningar från satellit med inriktning på Sverige.

Programutbudet i de betal-tv-kanaler, som riktas till en svensk publik, består i allt väsentligt av amerikanska långfilmer av underhållningskaraktär.

Filmnet ägs av Esselte och är den dominerande betal-tv-kanalen. Den sänder enligt reklamen långfilmer dygnet runt med action, spänning och dramatik. Filmerna kommer från USA. Det kostar 130 kr. i månaden att se på Filmnet.

TV Plus har, liksom Filmnet, funnits under några år. Den sänder långfilmer under ca 6 timmar varje kväll.

TV1000 ägs av Kinnevikkoncernen, det vill säga samma ägare som till TV 3. Den började sina sändningar under hösten 1989 och innehåller långfilmer men även en del andra programtyper. Kanalen är inriktad på underhållning. Sändningstiden är ca 10 timmar per dag. Det kostar för närvarande 98 kronor i månaden att se på kanalen.

SF Succé är det senaste tillskottet bland betal-tv-kanalerna. Den ägs av Bonnierkoncernen, vari SF ingår, och ett stort amerikanskt mediaföretag. Kanalen innehåller gamla SF-filmer och amerikanska långfilmer. Den sänder 16 timmar per dygn.

Nordic Channel ägs av Matts Carlgren, Modo, och sänder en del gamla svenska långfilmer under tre timmar per kväll. Den kallas i branschen för Kanal trä.

Nordisk Television ägs av flera svenska företag och har i media hävdad att regeringen gett bolaget ett löfte om att få ta hand om reklam-tv-sändningar i ett av de nationella marknäten. För närvarande rekryterar företaget folk. Hittills har ett 60-tal personer anställts.

Under den korta svenska kommersiella satellit-tv:ns historia har också svenska reklam-tv-kanaler upphört med sin verksamhet. Det är TV Scandinavia som i veckosluten sände prat- och musikvideor direkt från en studio vid Odengatan i Stockholm. Programmen, som innehöll annonser, var helt inriktade på marknadsföring. I Sky Channel sändes under en tid soffprogrammet God morgon Scandinavia en timme varje vardagsmorgon. Programmet var, liksom TV Scandinavia, genomkommersialiserat: Dekor, rekvisita, programledarnas kläder, innehållet i vinjettfilm etc härrörde från sponsrande företag vilka avtackades i eftertexterna. I franska TV 5 hyrde ett antal svenska företag sändningstid för att visa program riktade till den

svenska marknaden. Några av programmen innehöll annonser och annan marknadsföring.

Det må nämnas att vissa program som kabelnämnden riktat anmärkningar mot för att de innehöll reklam när de förekom i lokala egensändningar senare sändes i TV Scandinavia och Svenska program i TV 5.

Uppgifterna om hur många hushåll som kan ta emot kanalerna och hur många som tittar på kanalerna är mycket osäkra. De fyra betal-tv-kanalerna konkurrerar med varandra om i princip samma publik. Antalet betalande kunder är förmodligen förhållandevis lågt.

Av de båda reklam-tv-kanalerna torde TV 3 ha den största publiken. Hur många som verkligen ser på TV 3 idag är svårt att få ett klart grepp om. Olika uppgifter varierar alltför mycket. Men så mycket går att säga att TV 3 har inte tagit särskilt många tittare från Kanal 1 och TV 2, dock synes kanalen ha gjort en inbrytning bland 9-18-åringarna. För kabel-tv-områden anser man sig också ha kunnat konstatera att barn ser mer på tv än tidigare. Deras tv-tittande har ökat med en halv timme i genomsnitt. Omkring 700 000 hushåll torde för närvarande ha tillgång till TV 3 här i landet. Enligt annonsörsföreningen kan TV 3 bli intressant som annonsmedium när antalet anslutna hushåll är minst 750 000 och antalet tittare är så stort att priset per träff blir konkurrenskraftigt i förhållande till andra medier.

Det finns inte längre några paneuropeiska kanaler, det vill säga kanaler som såg hela Europa som en gemensam annonsmarknad. En sådan kanal var Sky Channel som nu har ombildats för att i fortsättningen enbart rikta sig till tittarna i Storbritannien. I detta sammanhang må nämnas att den europeiska marknaden av lönsamhetsskäl har delats upp mellan några stora s.k. tv-moguler, av vilka Jan Stenbeck med Scansat/TV 3 fått Norden.

Förklaringen till att det inte gick att göra reklam till flera olika länder, marknader, samtidigt var framförallt språkliga och kulturella skillnader. Det gick inte att finna något gemensamt reklamspråk som kunde användas. Reklam som var gjord för ett visst land kunde få negativa effekter i ett annat. Dessutom hade de paneuropeiska kanalerna svårt att nå fram till publiken med inriktning på ett mindre gemensamt område eller ett land. Man får inte heller glömma bort att det var ett förhållandevis litet antal möjliga tittare som också utgjorde en begränsningsfaktor.

Utvecklingen kan gå mot specialiserade kanaler, vilka är inriktade på en publik med särskilda intressen. Idag finns det flera sådana. Ingen av kanalerna är dock inriktad på en svensk publik. Här må nämnas Screen Sport och Eurosport, som innehåller sport; Lifestyle, mode, matlagning och underhållning med inriktning på kvinnor; Worldnet, som sprider den amerikanska synen på nyheter om politik och ekonomi; CNN, en amerikansk kanal som visar nyheter dygnet runt; MTV, visar musikvideor dygnet runt i marknadsföringssyfte; Childrens Channel, som är inriktad på marknadsföring till barn, och Discovery, som innehåller dokumentärfilmer och natur och djur. En del av kanalerna kan ha slutat sända på den svenska marknaden eller är på väg att lämna den.

I radio- och tv-handlarbranschen säger man att först när mottagningsutrustningen kostar högst 5 000 kr. och programmen är bra blir det intressant för allmänheten att köpa egna parabolantennor i någon större omfattning.

Mot. 1989/90
K436

Kabelnäten kommer även i fortsättningen att vara den stora distributören av satellit-tv. Vad branschen tycker saknas i Sverige är en ren underhållningskanal. Man är inte särskilt imponerad av TV 3, men som man säger: – TV 3 "en underhållningskanal till tanten", Eurosport "en sportkanal till gubben" och MTV "en videokanal till barnen", det är det nog många som nöjer sig med. En fast monterad Astraparabol kan alltså fylla behovet, anser man.

5.2.1 Särskilt om TV 3 – en underhållningskanal med monopoltendenser som vill komma ned på jorden

Programmen i TV 3 är inriktade på underhållning och förströelse. Det s.k. underhållningsvåldet har en framträdande plats i sändningarna. Mellan 30 och 50 % av sändningstiden ägnas åt sådana program. TV 3 får därigenom en prägel av att vara en våldsskildringskanal, kanske inte extremvåld, men av nog så allvarligt slag.

TV 3 har medvetet riktat in sig på barnen. Särskilt barnen tar intryck av att se för mycket våld, att ständigt matas med våldsskildringar. Varje inslag för sig kanske inte är så farligt. Men mängden och upprepningen måste till slut få någon form av effekt på barn som utsätts för det.

I TV 3 förekommer sålunda i snitt en eller flera våldshandlingar var 10–20 minut. I kanal 1 och TV 2 förekommer våldsskildringar ytterst sparsamt. I detta avseende är det en mycket stor skillnad mellan TV 3 och de båda svenska kanalerna. Kanalerna skiljer sig dock åt i andra väsentliga hänseenden.

TV 3 är ett bra exempel på svensk reklam-tv. Andra reklam-tv-kanaler som lever i fri konkurrens ser precis likadana ut. Channel 4 i England lär vara ett undantag som dock beror på att den lever en förhållandevis skyddad tillvaro och är därför inte på samma sätt utsatt för den kommersiella konkurrensen om annonsörer och tittare som andra kommersiella kanaler. Denna ordning kommer dock inte att bestå då den nya tv-politiken i Storbritannien genomförs fullt ut.

Program som behandlar politiska, religiösa, fackliga, vetenskapliga eller kulturella angelägenheter lyser med sin frånvaro. Det traditionella könsrollsmönstret, liksom fördomsfulla och förlegade uppfattningar om kvinnor, har en framträdande plats i många program. Detta gäller också reklamen.

TV 3 har också påtagliga svårigheter att få annonsörer, bl.a. har det förekommit flera förmånserbjudanden till svenska annonsörer. Det går att köpa programtid i TV 3, som är mycket öppen för sponsring.

I Astrasatelliten finns 16 programkanaler men endast fyra får tas emot i Sverige. Dekrypteringsutrustning till programkanaler som inte är avsedda för Sverige, kommer helt enkelt inte att marknadsföras här i landet.

Den svenska kanalen Nordic Channel sänder inte över Astra och kommer inte heller att släppas in på den satelliten. Detta gäller också andra kanaler som kan tänkas konkurrera med TV 3 om reklam-tv-publiken här i landet.

Scansat/TV 3 satsar idag genom ett närstående bolag, Finvik, medvetet på att utnyttja befintliga centralantennanläggningar med liten kapacitet, i vilka ett begränsat antal kanaler erbjuds: Kanal 1, TV 2, TV 3 och ytterligare någon kanal, CNN eller Scansat/TV 3:s filmkanal TV1000. Omkring 25 000

bostäder kan idag vara anslutna till sådana nät. Någon reklamfinansierad konkurrent släpps inte in på näten av TV 3. Motsvarande gäller för Astrasatelliten där TV 3 hindrar reklam-tv-konkurrenterna om den svenska publiken att komma in. TV 3 tycks för närvarande ha siktet inställt på ett kommersiellt monopol i svenska satellitsändningar.

Kinnevikkoncernen har också intressen i den s.k. Astraparabolen.

TV 3 är kodad. Det gäller även andra kanaler på Astra, dock än så länge inte Eurosport och MTV. Europa har delats upp mellan satellit-tv-intressenterna, de s.k. satellitmogulerna. Jan Stenbeck får Norden och framförallt Sverige. Stenbeck äger också rättigheterna till den dekrypteringsutrustning som kommer att behövas för att kunna se de kodade satellitkanalerna. Det blir inte särskilt många fria kanaler kvar. I fortsättningen kommer man att få betala för varje krypterad kanal som man vill se. Det blir dyrt. Att satsa på dekoderutrustning är ett försök att förbättra ekomomin. Det går dåligt för TV 3, men kanalen räknar med bättre lönsamhet om några år. TV 3 är en långsiktig satsning påstår Jan Stenbeck, som gärna ser att TV 3 blir det svenska reklamalternativet i marknätet.

Marknadsföringen av Scansat/TV 3 här i landet kan innefatta monopoltendenser. Astraparabolen kan i princip användas endast för Astrasatelliten och främst TV 3. Den kan inte riktas mot annan satellit om den är för liten eller saknar motorstyrning. På Astra släpps inte in några konkurrenter till TV 3 om publiken i Sverige. Finvik tar över gamla centralantennanläggningar och sänder i dem de båda svenska kanalerna och TV 3 och ytterligare någon kanal men absolut inte någon konkurrent till TV 3. Det kostar ungefär 600 kr. om året att se på TV 3 via ett sådant nät.

TV 3 får genom Astraparabolerna och Finviknäten ett försteg framför sina konkurrenter i fråga om möjligt antal hushåll som kan se kanalen. Detta har självfallet betydelse för annonsörerna då de skall välja satellit-tv-kanal för annonsering. Dock går det trögt med försäljningen och leveranserna av Astraparaboler.

5.3 Individuell satellitmottagning – ett problem för konsumenterna

För närvarande kan det finnas uppemot 25 000 parabolantennor för enskild mottagning, i allt väsentligt rör det sig om gamla parabolor. Försäljning och leverans av Astrapaketen går trögt, hittills kan det röra sig om några tusental.

Detta bör ställas mot att det idag kan finnas ca 835 000 hushåll här i landet som kan ta emot satellit-tv-program via kabel. Det är knappast någon i tv-branschen som tror att det kan bli fler än 500 000 enskilda parabolantennor i Sverige. Då ligger perspektiven minst 8–10 år framåt i tiden. Kabelanläggningar kommer även i fortsättningen att dominera när det gäller satellitprogram. Vid största möjliga utbyggnad räknar man med att 2 miljoner hushåll kommer att vara anslutna till kabelnät. Nätstorleken kan variera från ett tiotal anslutningar till flera tusen. Direktmottagning kommer alltså som mest att utgöra 15–20 % av all satellit-tv-mottagning. Idag rör det sig om 3 %.

Kabelnäten kommer sålunda i allt väsentligt att svara för satellit-tv-distributionen. Vid en jämförelse är individuell mottagning närmast försumbar.

För individuell mottagning krävs fri sikt mot söder. Det är många som saknar detta. För dem är individuell mottagning utesluten.

Ett annat hinder för uppsättning av en parabolantenn kan vara risken för störningar från televerkets radiolänknät som också använder 11 "gigahertz-bandet". Mottagningen kan omöjliggöras. Televerkets planer på att bygga ut radiolänknät kan också komma att försvåras av hänsynen till befintliga parabolantenner. Egentligen borde en koordinering ske. Anser man på televerket.

Priset för en mottagningsutrustning ligger idag på 10 000 kr. Till detta kommer kostnaden för dekoderutrustning, 3 500–5 000 kr. om man vill se en kodad kanal exempelvis TV 3 och montering, 1 500–3 000 kr. Det är alltså förhållandevis dyrt att ta emot program från TV 3. Vill man också se andra satelliters program krävs en motor som kostar några tusen och en något större parabolyta.

TV 3 krypterar sina sändningar av upphovsrättsskäl. Programmen köps in från USA och upphovsrättsinnehavarna där kräver betalt för sändning över hela Europa, vilket TV 3 inte har råd med, om inte en begränsning kan göras till ett mindre område. En möjlighet som då står till buds är att koda sändningarna och att bara tillhandahålla dekoderutrustning inom det område som förutsatts i upphovsrättsavtalet. Dessutom kan man tjäna pengar på att marknadsföra dekoderutrustningar.

Scansat/TV 3 har ensamrätt för marknadsföring av viss dekrypteringsutrustning till hushållen i Sverige. Orsakerna till att Scansat/TV 3 har valt D2-Mac som modulationssystem är att detta system ger goda förutsättningar för ett effektivt krypteringssystem (Eurokrypt) och inte som sagts i media, att bilden ska bli bättre. D2-Mac kräver också en omvandlare för att kunna tas emot med dagens tv-apparater av PAL-typ. Med Eurokryptsystemet, som enligt uppgift skall vara svärforcerat, vill man förhindra att det kommer "piratdekodern" på marknaden.

Antennutrustningarnas livslängd är enligt uppgift ca 10 år, satelliternas 7–8 år. I många fall erbjuds konsumenterna paket med betalningstider på 10 år eller mer. För den som ger sig in i en sådan affär kan det innebära att betalningen fortgår långt efter det att antennen eller satelliten slutat fungera. Det finns också produkter på marknaden som inte håller måttet, exempelvis med sekunda elektronik och parabol som rostar.

Ett annat problem för konsumenterna är de olika konstruktionerna som finns i fråga om mikrovågshuvudets placering. Med en låg placering av mikrovågshuvudet kan det enligt vissa bedömare finnas risk för vattensamling vid huvudet med bildstörning som följd. Den konstruktionen har bl.a. Philips Astra-paket.

Satelliter åldras och signalen blir med åren allt svagare med sämre mottagning som följd. Detsamma gäller åldrande mikrovågshuvuden. En större parabolyta kan i viss mån kompensera sådant bortfall.

I media har påståtts att bild- och ljudkvaliteten blir sämre i PAL än i MAC, vilket inte är riktigt. Det går att få precis lika bra kvalitet i PAL. Att TV 3 väljer D2-MAC förklaras inte av att bild- och ljudkvaliteten skulle bli högre utan av att systemet medger kodning som är svår att forcera. Dock är D2-MAC inte lika känslig för störningar som PAL. Regn, snö och is kan inne-

bära att bilden faller bort. För mottagning i Norrland rekommenderar branschen i vissa fall en parabolantenn som kan värmas upp på vintern.

Marknadsföringen av parabolutrustningar har uppmärksammats av konsumentverket som också framfört kritik mot den.

Mot. 1989/90
K436

5.4 Kabelnätssituationen i Sverige – stora nät i tätbebyggda områden

Enligt uppgift från kabelnämnden var 835 000 bostäder anslutna till kabelnät den 1 juli 1989, varav televerket svarade för 610 000 (74 %), allmännyttiga bostadsföretag 133 000 (16 %), enskilda fastighetsägare 3 000 (0,3 %), privata kabel-tv-bolag 69 000 (8 %) och bostadsrättsföreningar, samfälligheter o.d. 18 000 (2 %). Detta innebär att omkring 1,8 miljoner personer kunde nås av satellitsändningar i näten.

Anslutningstakten är för närvarande något över 20 000 per månad men väntas avta under det närmaste året. Som jämförelse kan nämnas att i juli 1987 var ca 300 000 bostäder anslutna. Anslutningstakten var då ungefär 10 000 bostäder per månad mot att tidigare ha legat på 13 000-14 000. Omkring 2 miljoner hushåll anses av kabelföretagen ekonomiskt motiverade att ansluta till kabelnät.

Det är framförallt i tätbebyggda områden som nätutbyggnaden skett. Televerket har medvetet satsat på stora nät. På många orter finns flera nätinnehavare. Utbyggnaden har kommit längst i storstadsområdena.

Nätkapaciteten varierar från fyra möjliga kanaler till uppemot 40. Mestadels är det ett tiotal kanaler i näten. Några nätinnehavare, bl.a. ett allmännyttigt bostadsföretag, har satsat på nya nät med hög kapacitet. I många fall är det dock så att anslutningar görs till redan befintliga centralantennanläggningar som har en begränsad kapacitet.

Det finns några nät som är konstruerade för tvåvägskommunikation. I USA används sådana nät för larm och övervakningsändamål, bl.a. för övervakning av hjärtpatienter som ligger hemma med elektroder kopplade till kroppen.

5.5 Kabelnämnden

Kabelnämnden sysslar med tillståndsfrågor men ska också dra in tillstånd om någon bryter mot reglerna för innehållet i egensändningar eller förbjuda fortsatt vidareändning i kabelnät av en satellitkanal om det förekommit för mycket reklam riktad till svenska konsumenterna.

Kabelnämnden har vid flera tillfällen dragit in tillstånd för egensändning på grund av att det förekommit reklam i program. Det har rört sig om enstaka eller återhållsamma reklambudskap, i några fall närmast av upplysningskaraktär. Däremot har kabelnämnden inte ansett att det funnits anledning att ingripa mot sändningarna i TV 3, TV Scandinavia, God morgon Scandinavia och Svenska program i franska TV 5, trots att det i kanalerna regelbundet förekommit reklam i mycket stor omfattning direkt riktad till svenska tittare.

Kabelnämndens förhållningssätt innebär att reklamförbudet upprätthålls

minutiöst när det gäller lokala egensändningar medan reklam i satellitsändningar tillåts härja fritt.

Detta är särskilt anmärkningsvärt när det i flera av de stoppade egensändningskanalerna förekommit program som är av uppenbart värde från informationsfrihetssynpunkt.

Mot. 1989/90
K436

6. Kulturell mångfald och kvalitet och en fri och obunden opinionsbildning i radio och tv

För att göra ett rimligt och sakligt val i den nuvarande situationen på tv-området är det egentligen endast följande frågor som är intressanta:

Vilka mänskliga behov skall tv tillgodose?

Vad kan tv användas till?

Vem ska ha makten över tv:n och dess innehåll?

I de följande två avsnitten ger vi våra svar på frågorna.

6.1 Vår kultursyn och tv-tittarna

* Kultur – andlig odling för mänsklig överlevnad

I miljöpartiet de gröna betraktar vi tv som en av de viktigaste kulturförmedlarna och därför måste man utgå från kulturpolitiska kriterier. Kultur hävdar självständighet och ursprunglighet, medvetandegörande och existentiella frågor betydelse.

Den fria otyglade kulturen står mot det kommersiella tvånget som nu driver på vårt samhälle med den kommersiella reklamen som generator. Kulturen befinner sig i ett utsatt läge, kanske på reträtt, kommersialismens företrädare flyttar fram sina positioner, inte minst på massmediafältet. Kommerzialismen bidrar inte till utvecklingen av ifrågasättande kulturyttringar. Kommerzialismen frodas bäst där människor blir övertalade att tro att livets mening består i att ständigt konsumera mera och där människor förleds och förförs att följa annonsörernas budskap.

Utredningen om TV-politiken godtar i allt väsentligt den kommersiella grundsynen. I den förs inte någon diskussion om konsekvenserna för kulturen i vid mening eller för barn och ungdom.

Kommersiella krafter och teknik bör inte få bestämma över kulturpolitiken. Miljöpartiet de gröna vägrar godta ett sådant synsätt och att ett fortsatt nej till reklam i svensk tv inte skulle vara en realistisk handlingslinje för framtidens radio- och tv-politik.

Reklam-tv i markburna svenska tv-sändningar strider också mot 1974 års kulturpolitiska mål. Tidningar, radio och tv har viktiga funktioner som förmedlare av information, kulturupplevelser och underhållning. Genom dessa media får många människor del av litteratur, teater, film, musik, osv.

Riksdagens kulturutskott hävdade också så sent som i maj 1985 att när ny teknik tas i bruk är det viktigt att de kulturpolitiska målen är vägledande för planering och åtgärder inom satellit- och kabelområdet. Konstitutionsutskottet instämde.

En demokratisk och ekologisk mediepolitik är i dag av ännu större betydelse.

delse än 1985, eftersom massmediemogulerna breder ut sina revir i aldrig tidigare skådad omfattning, präglade av okontrollerbara inskränkningar i den kulturella friheten.

Mot. 1989/90
K436

*** Produktinformation och köpfrid – ett alternativ till kommersiell reklam**

Miljöpartiet de gröna är inte generella motståndare till reklam. Vi vill snarare begränsa den eller ge den nya former. Tv-mediet har en erkänt stor genomslagskraft och påverkanskraft, större än alla andra medier. En stor enighet råder också om att en mer restriktiv bedömning måste göras beträffande tv än av andra medier.

Påträngande och uppsökande reklamåtgärder får inte förekomma när det gäller reklam för alkoholdrycker och tobaksvaror. Miljöpartiet de gröna menar att detta synsätt bör gälla för all reklam, alltså reklam som påtvingas oss eller som vi i varje fall inte bett att få ta del av, allt i syfte att på sikt uppnå köpfrid.

Vi översköljs dagligen av olika former av säljbudskap, och vi har ofta svårt att värja oss mot dem, vilket naturligtvis är annonsörernas avsikt. Vi skall ju hålla i gång köpkarusellen. Speciellt unga och formbara människor är utsatta för detta oerhört starka tryck av frestelser och manipulation. Reklamen spelar medvetet på känslor och undviker sådant som kan väcka eftertanke. För annonsörerna är tv ett utmärkt medium i detta avseende. Snart finns det inte längre några andra möjligheter att fly undan de kommersiella budskapen än sömnen.

Vårt samhälle bygger alltmer på kommersiella värderingar och en ensidig materiell tillväxt. Ur all kommersiell reklampåverkan har det vuxit fram en livsstilspropaganda, som är en av grunderna till det kommersiella samhällets fortbestånd och tillväxt.

Denna livsstilspropaganda är enligt de grönas uppfattning djupt omoralisk. Att med sofistikerade övertalningsmetoder ständigt hävda att lyckan ligger i att äga och konsumera en mängd mer eller mindre överflödiga saker samtidigt som en stor del av världens befolkning inte kan tillfredsställa grundläggande behov är omoraliskt.

Reklamen står också för stora kostnader. Det rör sig om närmare 34 miljarder kronor varje år. Dessa kostnader läggs på priset för en vara eller tjänst och det är alltså konsumenterna som till slut betalar den kommersiella reklamen, inte affärsmännen eller företagen. Om man slår ut den totala reklamkostnaden på var och en av oss i landet innebär det en personlig fördyring på bortåt 4 000 kr. per år. För en tvåbarnsfamilj ligger summan på ca 16 000 kr. per år.

Undersökningar som görs om allmänhetens inställning till reklam-tv visar att de flesta är positiva till detta men när de får reda på att det inte är gratis, eftersom reklamkostnaderna tas ut på priset i butiken, så minskar intresset till en mycket klar minoritet.

Själva reklamen innebär också ett stort slöseri med naturresurser.

I stället för kommersiell reklam vill miljöpartiet införa produktinformation, dvs. information om en produkt eller en vara som vi kan få genom en egen aktiv åtgärd vid det tillfälle då vi överväger att anskaffa en produkt av

en viss sort. En sådan produktinformation kan utges i systematiserad form. På tv-området skulle text-tv-reklam kunna användas, som tittaren själv beställer fram. Även videotex skulle kunna vara en framkomlig väg.

Oacceptabelt däremot är enligt de grönas sätt att se den typ av reklam som i dag förekommer i kommersiell radio och tv, ävensom reklam på kollektiva färdmedel och direktreklam som delas ut mot mottagarens vilja.

*** Barn framför tv:n**

Miljöpartiet tar direkt avstånd från att barn och ungdom exponeras för reklamerna i tv. Barn befinner sig i en utsatt situation. Små barn har svårt att förstå vad de ser på tv. De är inte helt medvetna om skillnaden mellan reklamslag och program, i synnerhet inte inför sådana reklamslag som medvetet utformas för att bli förväxlade med eller ligger i nära anslutning till barnprogram. En vanlig företeelse idag i USA är att i princip hela program handlar om figurer som går att köpa med tillbehör i leksaksaffären.

Utredningen om TV-politiken tvekar inte heller när det gäller barnen: "Ett medium med så stark genomslagskraft som televisionen bör överhuvud inte användas för att göra reklam som särskilt riktas till små barn." Men detta förhållande kan i lika hög grad gälla äldre barn.

Med reklaminslagen följer våldsskildringar. En barnläkare kan inte peka på någon annan enskild faktor som i så hög grad påverkar barn psykiskt som våldsfilmerna på tv och video.

Redan idag förekommer mycket våld, bl. a. i televerkets kabelnät. Riskerna är överhängande att det blir mer. Att satsa på våld och porr har exempelvis i fransk tv visat sig ge många tittare och lönsamhet för en sviktande reklam-tv. Det finns flera sådana utländska erfarenheter. I TV 3 som marknadsfört sig som underhållnings- och familjekanal ägnas mellan 30 och 50 % av sändningstiden åt att visa s.k. underhållningsvåld, även på bra barntid. Detta kan jämföras med Kanal 1 och TV 2 där inslaget av underhållningsvåld⁴ är synnerligen blygsamt. Det finns ett mycket starkt samband mellan kommersiell reklam-tv och omfattande förekomst av underhållningsvåld.

Det är ju allmänt känt att många barn och ungdomar, särskilt pojkar, i kabel-tv-områdena ser mycket på satellit-tv och gärna väljer de våldsammaste programmen. Där har också noterats en kraftig ökning i tv-tittandet. Dessutom har det kommit rapporter om andra negativa effekter på barn som kan härledas till satellit-tv-tittandet.

Vi lever i en tid där en tredjedel av befolkningen har fått sämre levnadsvillkor. En sak har de dock fått och det är kommersiell satellit-tv. I förorter, höghusområden och andra liknande tätbefolkade områden där denna tredjedel i huvudsak bor med sin minskade köpkraft och med arbetslöshet, förtidspensioneringar och maktlöshet och med emotionell och kulturell misär och med allt grövre våld längre ner i åldrarna har kabel-tv-företagen med det statliga televerket i spetsen gjort en mycket medveten satsning på att marknadsföra satellit-tv. Har satellit-tv möjligen blivit ett nytt opium för folket?

Under början av 1990 kommer regeringen med ett förslag om nya regler för visning av våld och porr i rörliga bilder. Något förslag om förhands-

granskning av videogram kommer dock inte att lämnas. Något förslag om skärpta regler för satellitsändningar är inte heller att förvänta.

Mot. 1989/90
K436

Är det rimligt att ha förbud för visningar på biografier, med åldersbegränsningar, och förbud för spridning av videokassetter men inte ha några som helst regler eller förbud för satellit-tv som via kabel går direkt in i hemmen och till barnen?

Är inte våldsskildringar lika skadliga för barnen var de än förekommer? Det anser i vart fall miljöpartiet.

*** Förflackning av programutbudet**

Reklam-tv i konkurrens om tittarna innebär också att programkvaliteten förflackas: mångfald blir enfald. Programmets syfte är att dra så många tittare som möjligt till tv-apparaterna så att de kan utsättas för reklamen. Den minsta gemensamma nämnaren som kan ge störst publik blir vägledande princip för programutbudet.

I Italien och i viss mån Frankrike utbröt anarki inom medierna när man släppte restriktionerna för reklamutnyttjande. TV-utbudet blev mycket sämre än tidigare och för att illustrera vad som hände vill vi ge röst åt en kvinna som själv var med: "Det var skrämmande att se hur programmen försämrades. Meningsfulla inslag, seriös information, debatter och konstnärliga program försvann för att ge plats för glättade tävlingar, trams och lätt underhållning med ytliga programledare. Uppblandad med lika glättad reklam."

*** Tittarna – ett varulager för TV 3**

Vad TV 3 och andra reklam-tv-kanaler egentligen sysslar med är att marknadsföra ett förväntat antal tittare, eventuellt i viss sammansättning (målgrupp), vid en viss tidpunkt. TV 3 tjänar alltså pengar på att sälja tv-tid med tv-tittare till affärsmän för att tittarna skall utsättas för manipulation i marknadsföring och annonsering. TV 3 talar öppet om sitt varulager som består av ca 25 000 annonstillfällen per år.

Miljöpartiet tar bestämt avstånd från en sådan avhumaniserad uppfattning om människor. Människor som varor i ett varulager är helt främmande för den syn på människan som miljöpartiet har. Mot passiva avhumaniserade tv-konsumenter ställer vi aktiva människor som deltar i kultur- och samhällprocessen. Av väsentlig betydelse på radio- och tv-området är att människor har tillgång och möjlighet att själva komma till tals, att få en radio och tv i människornas intresse. I det följande avsnittet utvecklar vi vår syn på möjligheten att få yttra sig i radio och tv och möjligheten att få information. Radio och tv kan fylla viktiga funktioner när det gäller en fri och obunden opinionsbildning.

6.2 Närmare om vår syn på en fri opinionsbildning

Den som avger budskapet yttrar sig och den som tar emot budskapet får information.

I debatten om radio och tv framförs ofta en argumentation som går ut på att yttrandefriheten och informationsfriheten ökar om det blir reklam-tv i

något av marknäten. Samma argument åberopas till förmån för de kommersiella satellitkanalerna. En inskränkning i rätten att sända kommersiell tv skulle vidare hota yttrandefriheten och informationsfriheten.

I det följande granskas argumentationen och vidare presenteras miljöpartiets uppfattning om användning av eter- och trådmedia.

Intresset hos makthavarna att styra, begränsa och reglera rätten och möjligheten att yttra sig och få information har funnits länge. Med makthavare menar vi stat, affärsmän och andra näringsidkare.

Här finns också stora intressekonflikter. Intressenterna talar gärna om ökad yttrandefrihet. Ordet yttrandefrihet kan dock ha flera betydelser.

*** Regeringsformen**

I regeringsformen som är en grundlag finns ordet yttrandefrihet i kapitlet om grundläggande fri- och rättigheter (2 kap):

Varje medborgare är gentemot det allmänna tillförsäkrad yttrandefrihet: frihet att i tal, skrift eller bild eller på annat sätt meddela upplysningar samt uttrycka tankar, åsikter och känslor.

Andra grundläggande friheter är informationsfriheten, mötesfriheten, demonstrationsfriheten, föreningsfriheten, religionsfriheten och tryckfriheten. Friheterna kan med ett gemensamt namn kallas för opinionsfriheter.

Som framgår gäller yttrandefriheten i princip alla former av yttranden. Rätten till skydd gäller för ingrepp från det allmänna, det vill säga staten, kommuner och andra myndigheter. Rätten till skydd för yttranden gäller sålunda inte i förhållande till det privata, exempelvis privata arbetsgivare, affärsmän eller andra näringsidkare.

Med medborgare menas fysiska personer och inte juridiska personer, exempelvis aktiebolag och andra företag. Detta är huvudregeln. Tendensen är dock, beroende på starkt inflytande från den påstådda "frihetssidan" i svensk politik, den att det sker en betydelseförändring där näringsfrihet jämföras med yttrandefrihet till förmån för juridiska personer, vilket innebär att även dessa numera i vissa fall kan räknas in ibland skyddsobjekten. Det finns emellertid inte någon anledning att tillåta en sådan utvidgning av skyddskretsen.

Yttrandefriheten får begränsas under vissa speciella förhållanden. Det får ske genom lag och en förutsättning är att det föreligger särskilt viktiga skäl för detta. Yttrandefriheten i näringsverksamhet får begränsas utan att särskilda skäl föreligger.

*** Programreglerna för Sveriges radio och tv**

I programreglerna i radiolagen vilka gäller för Sveriges radio och tv finns en bestämmelse som säger att programföretagens rätt att sända skall utövas opartiskt och sakligt. Därvid skall beaktas att en vidsträckt yttrandefrihet och informationsfrihet skall råda i ljudradion och televisionen.

Ordet yttrandefrihet används här uppenbarligen i en annan betydelse än den tidigare. Det rör sig om en uppmaning till programföretagen att se till att yttrandefriheten blir så vid som möjligt, det vill säga att så många olika slags yttranden, former av yttranden och företeelser bereds plats i sändning-

arna som överhuvudtaget är möjligt. Egentligen innebär detta att programföretagen aktivt skall sträva efter mångfald med kvalitet eftersom grunden för sändningsverksamheten är opartiskhet och saklighet.

Men stadgandet innebär inte att var och en har en rätt att komma till tals i Sveriges radio och tv. Den rätten är förbehållen programföretagen.

Sveriges radio och tv har sålunda ett reglerat ansvar för att verka för en fri och allsidig opinionsbildning. Verksamheten är i allmänhetens och samhällets tjänst. Något motsvarande ansvar har inte pressen. För en kommersiell tv-kanal finns egentligen bara ett krav, nämligen kravet att gå med vinst.

*** På vilket sätt tillgodoses allmänhetens yttrandefrihet och informationsfrihet bäst**

Den kommersiella, reklamfinansierade tv:ns syn på tittarna skiljer sig på en väsentlig punkt från allmän-tv:ns. Den reklamfinansierade tv:n ser tittarna som en vara som skall säljas till annonsörer och andra som vill marknadsföra produkter i sändningarna. Den kommersiella tv:ns varulager består av sändningstid med ett förväntat antal tittare av olika kategorier, exempelvis barn upp till 9 år, tonåringar, vuxna, kvinnor, män.

Yttrandefriheten i radio och tv skall inte bara gälla till förmån för den resursstarke utan i högre grad för alla medborgare.

Problemet är emellertid att det inte finns tillräckligt med frekvenser. I Sverige har vi utrymme för fyra tv-kanaler. Etern är något som vi alla äger tillsammans. Den som har mest pengar ska inte på andras bekostnad få bestämma vad som ska sändas. Detta är egentligen grunden för allmän-tv:n och allmänradion här i landet. Det är också av just det skälet som det finns regler om en radio och tv i samhällets och allmänhetens tjänst.

Stor politisk enighet har hittills rått om att Sveriges radio och tv är organisationsformer som på bästa sätt tjänar yttrandefrihetens och informationsfrihetens sak här i landet. Genom verksamheten gynnas den fria opinionsbildningen. Om man tar bort allmänradion och allmän-tv:n och ersätter dem med kommersiell radio och tv är det troligt att det ytterst får förödande konsekvenser för demokratin i vårt land. Det finns gott om utländska exempel på vad som hänt när allmän-tv:n avskaffats. Programutbudet förläckas snabbt och får en kommersiell inriktning och prägel. Konsumtionsideologin förstärks. Redan reklamutredningen på sin tid konstaterade att reklamen har en ideologisk effekt på lång sikt och varnade för den.

Ytterst handlar det alltså om makten över tv och radio och i vems tjänst eller intresse de skall verka. Moderaterna driver i dag mycket starkt frågan om fri etableringsrätt på radio- och tv-området. Så har det dock inte alltid varit.

I radions barndom på 1920-talet hävdade dåvarande högerpartiet med bestämmdhet att radion skulle användas i samhällets tjänst och präglas av saklighet och opartiskhet. Etableringskontroll var nödvändig. Även censur borde användas. Moderaterna ville nämligen inte att den framväxande arbetarrörelsen skulle få makten över mediet. Först på 1960-talet började radio och tv behandla vanliga människors problem och verklighet. Radion och tv:n fick en allt större betydelse i samhällsfrågor. I detta läge var det naturligt för

högern att kräva reklamfinansierade alternativ, allt i namn av ökad valfrihet för tittarna och ökad yttrandefrihet. Det bakomliggande motivet var, liksom tidigare, makten över medierna. Kommersiell och reklamfinansierad tv och radio anses allmänt gynna högerens eller moderaternas sak, så ock näringslivets, genom sin ideologiska effekt. För makthavarna är det, som alltid, bäst med ickepolitiska människor som inte ifrågasätter.

I dag är det fler än bara moderaterna som hävdar reklamtv:ns välsignelser.

*** Yttrandemöjligheter via massmedia – något för alla**

Många gånger har det sagts att yttrandefrihet heter pengar och påståendet är helt riktigt, särskilt när det gäller tv, vilket förövrigt redan torde ha framgått av denna framställning. Den som inte har pengar eller saknar resurser har små eller begränsade möjligheter att få ut sitt budskap på ett snabbt och effektivt sätt. Yttrandemöjligheten kan vara en faktisk begränsning.

Även om medborgaren har hur mycket yttrandefrihet som helst i förhållande till stat och myndigheter så kan han eller hon många gånger inte utnyttja den på grund av att resursbristen utgör ett faktiskt hinder.

Att tala till någon är kommunikation. Att tala till flera samtidigt är en form av masskommunikation. Att sända med hjälp av radio till en person är kommunikation. Att sända med hjälp av radio till flera mottagare på en gång är masskommunikation. De medel som används för masskommunikation kallas massmedier. Som exempel kan nämnas politiska möten, teaterföreställningar, biograf föreställningar, tidningar och andra tryckta skrifter, utdelning av flygblad, sändningar i radio och tv.

Om man vill föra fram ett budskap till flera personer måste man med hänsyn till de egna resurserna välja lämpligt medium. Av de nämnda massmedierna är det egentligen bara det politiska mötet och utdelning av flygblad som är förhållandevis billiga och överkomliga för folk i allmänhet. Att ge ut tryckta skrifter i större omfattning eller att ge ut tidningar kan vara dyrt. Att göra tv-program och sända tv-program är mycket dyrt. Däremot kan det vara förhållandevis billigt att göra radioprogram – ett exempel på detta är närradiosändningar.

Av väsentlig betydelse för val av media är också att budskapet kan nå de avsedda mottagarna. Dessutom är det av vikt att budskapet är utformat på ett sådant sätt att det får den avsedda effekten.

På mediamarknaden råder konkurrens om mottagarnas intresse. Vissa media anses betydligt effektivare än andra. En spridd uppfattning är att tv anses ha stor genomslagskraft. Förmodligen är tv ett mycket bra medium för kommersiella budskap.

Enligt miljöpartiets uppfattning är det viktigt att både eterburen och trådburen (kabel) radio och tv är öppen för alla. Detta är vårt utgångsläge och vad politiken bör handla om är således att på bästa sätt tillgodose detta ändamål.

Radio och särskilt tv har dock en begränsning i fråga om utrymme i etern. Det finns också begränsningar i kabelnätets kapacitet. Bl.a. av det skälet anses det att etableringsfrihet inte bör råda för sådana medier. Vi ansluter oss till den uppfattningen.

Även om staten föreskriver ingrepp i yttrandefriheten så är det få fall som har någon egentlig betydelse för vanligt folk. Problemet för vanligt folk är möjligheten att få ut sitt yttrande till flera.

Sedan många år pågår ett arbete för att även grundlagsskydda andra medier enligt de principer som gäller för tryckta skrifter. För närvarande sitter yttrandefrihetsberedningen och funderar på saken. Det utvidgade grundlagsskyddet skulle omfatta radio- och tv-sändningar, visningar av filmer, videogram och liknande bildupptagningar, uppspelningar av grammofonskivor, ljudkassetter och andra ljudupptagningar samt spridning av ljudupptagningar och upptagningar av rörliga bilder på annat sätt.

Detta har kritiserats bl a ifråga om medievalet. En del anser att skyddet kommer att utsträckas till för många media, andra menar att skyddet inte bör begränsas till vissa uttrycksformer utan omfatta offentliga yttranden i alla former.

Intresset för ett förstärkt grundlagsskydd är inriktat på typiskt tekniska medier. Förslagen kommer i en tid när bestämmande inflytande över dessa medier i allt väsentligt ligger i händerna på kommersiella krafter och där dessa krafter är på väg att förbättra sitt grepp. Ett förstärkt skydd gynnar alltså enbart de kommersiella krafterna.

Med påfallande kallsinnighet avfärdas förstärkt skydd för demonstrationer och allmänna sammankomster liksom för sceniska framställningar och utställningar, alltså sådana uttrycksformer som vanligt folk kan förväntas ha möjlighet att förfoga över.

Det finns egentligen inte någon anledning att förstärka skyddet för de tekniska medier som nämnts. Dessa medier klarar sig nämligen alldeles utmärkt utan ytterligare uppbackning.

För oss är frågan om vidgade och ökade möjligheter för vanligt folk att komma till tals, att få ut sitt budskap, betydligt viktigare än eventuellt förstärkt grundlagsskydd för vissa tekniska medier.

Radio och tv kan som tidigare anförts fylla viktiga uppgifter som förmedlare av kulturupplevelser, kunskap och information i skilda ämnen.

Televisionen och radion bör bedrivas i allmänhetens intresse och inte vissa ekonomiska intressen. Detta innebär att privata bolag med vinstintressen inte bör få äga eller ha ett bestämmande inflytande över dessa medier. Den nuvarande organisationen av sändningsverksamheten i Sveriges radio och tv uppfyller i vart fall kravet att den inte styrs av ekonomiska vinstintressen.

Den konstruktion som valts för lokala egensändningar i kabelnät och för närradioverksamheten torde också anses uppfylla kraven.

Kommersiell reklam bör inte förekomma i svenska radio- och tv-sändningar. I fråga om näringsidkares budskap om varor, tjänster och annat som marknadsförs företräder miljöpartiet uppfattningen om produktinformation, som kan härledas ur tanken om köpfrid.

Miljöpartiet ifrågasätter om det verkligen finns behov av flera likartade kommersiella tv-kanaler.

Miljöpartiet har inga principiella invändningar mot lokala egensändningar i kabelnät men beklagar att sändningsverksamheten endast undantagsvis kommit igång på grund av ekonomiska och tekniska svårigheter. Det kan inte uteslutas att sådana sändningar med tiden kan utvecklas till något posi-

tivt – till sändningar i de boendes intresse. Här har lagts grunden till bättre yttrande- och informationsmöjligheter för vanligt folk.

Det finns emellertid anledning att nu gå vidare, vilket kan ske genom införande av lokal eter-tv.

I dag domineras utbudet i satellitkanalerna av kommersiella sändningar inriktade på underhållning eller förströelse. Men det behöver inte vara så. Miljöpartiet ser positivt på gränsöverskridande tv i allmänhetens intresse. Enligt miljöpartiets uppfattning bör i princip utländska public service-kanaler ges företräde i kabelnäten framför kommersiella satellitkanaler på samma sätt som gäller för Sveriges television. I landet finns många invandrare som skulle ha glädje av att få se sitt hemlands tv.

Under senare år har några nya elektroniska medier blivit allt mer förekommande. Som exempel kan nämnas videotex, teledata och telefax.

Dessa nya media bör få användas för förmedling av kommersiella budskap om mottagaren, konsumenten, beställt dem eller förklarat sig villig att mottaga.

Text-tv, som tekniskt sett använder det s. k. bildsläckningsintervallet, förekommer dels i form av textsidor som tittaren beställer fram och kan bläddra i, dels i form av rullande textsidor som tittaren inte kan påverka ordningsföljden på.

Båda formerna av text-tv bör kunna användas för kommersiella budskap.

Som framgått ovan är reklam-tv inte gratis. Reklamkostnaderna förs via priset för varan över till konsumenterna. Konsumentverket har i sitt yttrande över utredningen om TV-politiken just framhållit kostnadsaspekten.

För tittarna är det billigast att finansiera en tv-kanal med skattemedel. Det näst billigaste är "licensmedel" och det absolut dyraste är med reklam. När det gäller vad som tycks vara politiskt gångbart i dag är det precis tvärtom. Reklamen påstås vara lösningen på alla problem inom radio och tv. Vi betvivlar detta.

7. Lokal eter-tv

Sverige har tillgång till fyra rikstäckande marknät. Två är utbyggda och används av Kanal 1 och TV 2. Det tredje, som endast delvis är utbyggt, används för sändningar av finska program.

Det tar ungefär två år att bygga ett rikstäckande nät. Detsamma gäller för det nät som nu delvis är utbyggt. En nätutbyggnad är särskilt besvärlig från radioteknisk synpunkt. Det gäller att inte störa andra sändningar. Även om en godtagbar tv-bild endast når några mil så kan sändningen störa på uppemot 100 mil. I varje nät används ett flertal olika frekvenser. Frekvenserna måste koordineras. Det är också mycket dyrt att bygga marknät. Det är televerket som har hand om statens radio- och tv-nät.

Försatellit-tv däremot finns inte motsvarande frekvensproblem. Varje satellitkanal sänder i princip på en viss frekvens.

Bindande löften har getts, även av företrädare för moderaterna, att det tredje nätet skall användas för finska program. Denna ordning bör bestå.

Näten kan också användas för lokala tv-sändningar. Egensändningar i kabelnät kan bara ses av den som är ansluten till nätet. Vid en maximal utbygg-

nad av lokala kabelnät, vilket kommer att ta många år, räknar man med att omkring 2 miljoner hushåll kan ha anslutits. För närvarande finns det omkring 3,3 miljoner bostäder med tv. En stor del av befolkningen liksom många områden särskilt på landsbygden kommer att lämnas utanför. Även om utbyggnadstakten för närvarande är hög kommer den att mattas av inom ett par år beroende på att de lättexploaterade områdena då redan byggts ut. Det är också dyrt att anlägga kabelnät.

Enligt vår uppfattning finns det behov av en lokal eter-tv som styrs av lokala beslut.

Vi delar i allt väsentligt de synpunkter som förts fram i en rapport om lokal-tv – den annorlunda televisionen av Christer Hederström och menar att det nu är hög tid att det skapas förutsättningar för ett alternativ till satellitkanaler och Sveriges television inom lokala områden.

Enligt miljöpartiets uppfattning bör vad vi här kallat det fjärde nätet kunna användas för sådana lokala tv-sändningar.

Vi föreslår därför att regeringen får i uppdrag att utreda förutsättningarna för lokal eter-tv och att återkomma till riksdagen med förslag till lag i ämnet eller annan åtgärd så att lokal-tv-tanken kan förverkligas.

För att få igång sändningar så snart som möjligt bör regeringen med stöd av radiolagen kunna ge tillstånd till försökssändningar med lokal eter-tv inom några begränsade områden. Detta bör ges regeringen till känna.

I ett senare avsnitt lämnar vi förslag som går ut på att områden för egensändningar för kabelnät bör bli mindre. De båda sändningsformerna med lokal-tv i eter och kabel ska inte konkurrera utan komplettera varandra.

8. Satellit- och kabel-tv i de boendes intresse

För enskild direktmottagning av satellitprogram med hjälp av egen parabolantenn gäller inga särskilda regler för sändningarnas innehåll. Detsamma gäller för kabelnät som inte når fler än 100 bostäder och kabelnät som inte alls når bostäder, exempelvis hotellnät.

För kabelnät som når fler än 100 bostäder gäller ett koncessionssystem som finns i kabellagen och ansvarighetslagen. Genom kabelnämndens beslut har koncessionssystemet delvis satts ur spel. Om riksdagen inte gör något åt saken kommer hela systemet att snart ha spelat ut sin roll.

Koncessionssystemet föregicks av omfattande utredningar och diskussioner.

De bärande dragen i koncessionssystemet var dels att det skulle skapa förutsättningar för lokal programverksamhet i form av egensändningar, dels motverka uppkomsten av satellitkanaler med betydande omfattning av reklam riktad till svenska konsumenter, dels förhindra spridning av våldsskildringar, pornografi och rasdiskriminering i kabelnäten.

Den fråga som tilldrog sig mest intresse var den om reklamen. I det följande lämnas redogörelser för bakgrunden till koncessionssystemet och vissa motivuttalanden som berör reklamfrågan. Därefter följer en granskning av argumenten som förts fram för reklam-tv och förslag till åtgärder när det gäller satellit- och kabelsändningar. Motivuttalanden till kabellagen finns bl a i

8.1 Översiktligt om bakgrunden till koncessionssystemet

Från utlandet hade man via satellit börjat sända televisionsprogram som var möjliga att ta emot i vårt land. Satellitsändningar hade kommit igång. Någon laglig möjlighet att helt förhindra vidareändning av utländska satellitprogram i kabelnät här i landet förelåg i princip inte på grund av regler om informationsfrihet. Spridningen kunde också vara önskvärd.

Det fanns också ett uttalat intresse hos allmänheten för att titta på utländska satellitprogram.

Av praktiska och ekonomiska skäl, bl.a. den höga kostnaden för mottagningsutrustning, var det lämpligast att distribuera satellitprogrammen till hushållen med hjälp av kabelnät, ansågs det.

I de befintliga centralantennanläggningarna var det på grund av låg trådkapacitet mestadels inte möjligt att vid sidan om Sveriges Televisions båda kanaler ge plats för mer än ytterligare tre eller fyra kanaler.

Antalet satellitkanaler var dock betydligt fler än som kunde få rum i dessa anläggningar. Dessutom planerades fler satellitkanaler.

Efterfrågan bland tittarna på satellitprogram såg ut att kunna bli hög. Det ansågs finnas goda förutsättningar för att en satsning på en utbyggnad av kabelnät med tiden skulle kunna bli lönsam. Bland många företag som gjorde en sådan bedömning var televerket.

Utbyggnaden av kabelnät motiverades således både av lönsamhetstänkande och en stigande efterfrågan på satellitprogram i framtiden.

Det är förhållandevis dyrt att bygga kabelnät och mottagningsanläggningar. På grund av lönsamhetstänkandet stod det klart att det i första hand var tätbebyggda områden som kunde komma i fråga för en utbyggnad.

I förarbetena till kabellagen gick man inte närmare in på frågan om hur stora kabelnät som skulle kunna förekomma eller komma i fråga. Av propositionen får emellertid anses framgå att de kabelnät man tänkte på inte skulle vara större än att de rymdes inom ett begränsat lokalt område.

I näten skulle förekomma vidareända satellitprogram. Men näten skulle också kunna utnyttjas för egensändningar.

Propositionen genomsyras av tanken att en utbyggnad av kabelnäten som motiveras av satellit-tv-utbudet skulle ge draghjälp åt en inte kommersiell egensändningsverksamhet på det lokala planet. I sin marknadsföring av kabel-TV framhöll också televerket de kulturpolitiska fördelar som kabelnäten erbjöd för sändning av lokala program.

Där förutsätts också att det bör finnas en efterfrågan hos de boende, allmänheten, på tv-program som utgår från deras verklighet och som söker belysa och tillgodose de boendes intressen i ett lokalsamhälle med skiftande verksamheter, behov och önskemål. Det vill säga en tv som är riktad särskilt till de boende i ett lokalsamhälle.

Genom främst den valda organisationsformen med lokala kabelsändarföretag kan målet med koncessionssystemet inte ha varit annat än att på det

lokala planet skapa förutsättningar för en lokal yttrandemöjlighet och en vidgad yttrandefrihet i tv, som också skulle innebära att det lokala utbudet av information i form av nyheter, debatt och kulturprogram till de boende skulle bli större och bättre.

Koncessionssystemet har sålunda i allt väsentligt kommit till för att främja de boendes, allmänhetens, intresse av en lokal TV.

Det fanns behov av att ställa upp regler för innehållet i sändningarna. Bland annat kunde inte accepteras att det förekom våldsskildringar, pornografi, rashets och liknande samt reklam och sponsring. Med ett koncessionssystem, som ger en möjlighet att dra in sändningstillstånd, går det att på ett förhållandevis enkelt sätt ingripa mot sådana yttringar i programmen.

Koncessionssystemets öker vidare förhindra att ett enskilt intresse får monopolställning eller betydande inflytande över den lokala tv-verksamheten.

Koncessionssystemet hindrar i princip att utländska intressen kan få inflytande i en lokal kanal. Detsamma gäller kommersiella intressen. Koncessionssystemet vill också förhindra att mäktiga "centrala" intressen får inflytande över programverksamheten.

Sammansättningen av de lokala kabelsändarföretagen avses borga för att de lokala sändningarna inte blir av ren underhållningskaraktär.

Möjligheten att sända lokalt är dock i princip öppen för alla.

8.2 Kulturutskottets uttalanden med anledning av förslaget till kabellag

Kulturutskottet uttalade inledningsvis att de yttrandefrihetsrättsliga synpunkterna är en viktig grundförutsättning för kulturpolitiken i landet och att i de mål för kulturpolitiken som riksdagen enhälligt antagit (prop 1974:28, KrU 1974:15, rskr 1974:248) ingår det mål som innebär att kulturpolitiken skall medverka till att skydda yttrandefriheten och skapa reella förutsättningar för att denna frihet skall kunna utnyttjas.

Utskottet anförde vidare bl.a. följande.

Utskottet kan konstatera att utvecklingen av tekniken inom medieområdet är snabb. Genom framväxten av satelliter för överföring av radio- och TV-program förändras förutsättningarna inom detta område radikalt. Med satelliter i kombination med kabelnät blir det möjligt att överföra ett mycket stort antal programkanaler till hushållen. Denna utveckling är ännu i sin början och det är svårt att förutse dess fortsatta förlopp.

Utskottet anser att förslaget i propositionen nu gör en utveckling av verksamheten med vidaresändning av satellitsändningar och med lokala egen-sändningar i kabelnät möjlig. Detta får betydelse inte bara inom medieområdet utan även inom kulturområdet i stort. En lagreglering som gör en sådan utveckling och utvidgning av kabelsändningsverksamheten möjlig kan innebära ett ökat informationsflöde och större valmöjligheter för allmänheten. Det kommer dock att vara en begränsad del av allmänheten som får tillgång till de nya möjligheter som satellit- och kabeltekniken ger. Utskottet vill i detta sammanhang framhålla att utöver Sveriges Radios två eterburna TV-kanaler, som når så gott som alla hushåll, finns redan i dag utrymme för ytterligare två eterburna TV-kanaler. Utskottet vill även betona vikten av att de vidgade möjligheterna till programutbud i ljudradio och TV måste ses i ett större medie- och kulturpolitiskt sammanhang eftersom dessa medier har

en mycket stor genomslagskraft. Det är då väsentligt att Sveriges Radio kan hävda public servicefunktionen i enlighet med högt ställda kvalitetskrav. Annars kan en nationell svensk kultur och språklig identitet allvarligt hotas.

Som utskottet inledningsvis redovisat är ett av målen för kulturpolitiken att den skall medverka till att skydda yttrandefriheten och skapa reella förutsättningar för att denna frihet skall kunna utnyttjas. Kulturpolitiken skall också ge människor möjligheter till egen skapande aktivitet. Den skall främja kontakter mellan människor och utbyte av idéer och erfarenheter inom kulturområdet över språk- och nationsgränser. Vidare skall kulturpolitiken främja en decentralisering av verksamhet och beslutsfunktioner inom kulturområdet. Kulturpolitiken skall också utformas med hänsyn till efter-satta grupperns erfarenheter och behov. Vidare skall den möjliggöra konstnärlig och kulturell förnyelse samt garantera att äldre tiders kultur tas till vara och levandegörs. Kulturpolitiken skall också motverka kommersialismens negativa verkningar inom kulturområdet. När ny teknik – såsom satelliter och kabelnät för ljudradio- och TV-sändningar – tas i bruk är det enligt utskottets uppfattning viktigt att de kulturpolitiska målen är vägledande för planering och åtgärder. Utskottet anser vidare att det är av utomordentlig betydelse att den nationella kulturen inom landet som helhet och i de olika delarna av landet kan hävda sig. En viktig roll spelar därvidlag utvecklingen av Sveriges Radio och de ändringar eller kompletteringar av dagens svenska rundradioutbud som kan bli resultatet av bl.a. det pågående arbetet inom radioberedningen. Utskottet lägger också stor vikt vid det samarbete som pågår och planeras på både nordisk och europeisk basis för att stärka den nordiska kulturen och samhörigheten samt den nationella radion och televisionen i de europeiska länderna.

Med utgångspunkt i det nu redovisade synsättet ansåg utskottet att bestämmelser borde antas som gör en utveckling och utvidgning inom kabelsändningsområdet möjlig och samtidigt öppnar möjligheterna att främja framväxten av en mångsidig lokal programproduktion. Utskottet tillstyrkte därför att ett system med tillståndsplikt infördes i enlighet med vad som föreslogs i propositionen.

I fråga om reklam i satellitprogram uttalade kulturutskottet att eftersom reklam ingår i satellitsända programkanaler är det inte möjligt att helt förbjuda sådan reklam, om dessa programkanaler skall kunna få vidareändras i kabelnät. Utskottet ansåg dock att vidareändring av programkanal skall få förbjudas om det i den under längre tid och i betydande omfattning förekommit sådan kommersiell reklam som måste anses riktad särskilt till svenska konsumenterna.

8.3 Några motivuttalanden med särskilt avseende på reklamreglerna

Med utgångspunkt i de regler som gäller för de nationella programföretagen inom Sveriges Radio-koncernen uttalade föredragande statsrådet i det allmänna avsnittet bl.a. att förutsättningarna är helt andra för vidareändring i kabelnät av program från kommunikationssatelliter och fortsatte: "De program som vidareändras i Sverige kommer som regel att komma från utländska sändare och deras innehåll kan inte direkt påverkas genom svensk lag. De som enligt svensk lag svarar för rundradiosändningen, dvs. de som vidare-sänder satellitprogrammen, har ingen möjlighet att i förväg ta del av innehållet i sändningarna och har små möjligheter att påverka detta."

Något längre fram uttalade statsrådet att innan beslut om förbud fattas skall programkanalen ha sänts i kabelnät i Sverige så länge att det har gått att bilda sig en uppfattning om dess karaktär.

I avsnittet om reklam i satellitprogram återges endast den del av paragrafen som handlar om själva reklamförbudet.

Statsrådet hävdade att massmediekommitténs förslag överensstämde med hans förslag.

Statsrådet redovisade därefter remissinstansernas uttalanden på följande sätt:

Förslaget har kommenterats av många remissinstanser. Några godtar förslaget eller anser att det inte går tillräckligt långt. Andra anser att förslagets innebörd är oklar och att det skulle vålla stora svårigheter att fastställa vilka reklamslag som skulle medföra att vidareändning förbjuds. De remissinstanser som motsätter sig förslaget använder olika argument. Några menar att yttrandefrihets- och informationsfrihetsskäl talar mot att en hel programkanal skulle kunna stoppas på grund av reklamslagets inriktning. Andra hävdar att förslaget leder till försämrade konkurrensförutsättningar för svenska företag. Inom många remissinstanser som stöder eller inte tar ställning till förslaget förekommer borgerliga reservationer där kommitténs förslag avstyrks.

Statsrådet gick därefter över till skälen för sitt förslag:

I tilläggsdirektiven till massmediekommittén redovisade jag tre skäl mot reklam i TV. Dessa är dels att reklamköparna kan påverka programinnehållet på ett sätt som inte är acceptabelt, dels att reklam i TV kan få negativa konsekvenser för dagspressens ekonomiska situation, dels TV-reklamens ogynnsamma följderna från konsumentens synpunkt. Jag angav att dessa skäl inte bara är giltiga för svensk radio och TV utan också när det gäller motsvarande program i nya distributionsformer.

Under senare tid har emellertid dessa skäl ifrågasatts från olika håll. Bl. a. har det hävdats att TV-reklamen inte skulle leda till minskade reklaminkomster för pressen. I stället skulle direktreklamen minska. Man hävdar vidare att en situation med reklamfinansierade utländska satellitprogram som kan tas emot i Sverige kommer att medföra försämrade konkurrensförutsättningar för det svenska näringslivet och på så sätt hota välfärd och sysselsättning.

Diskussionen har inte övertygat mig om att det finns anledning att nu frånga ståndpunkten att reklam i TV inte skall förekomma i Sverige. Denna princip bör i och för sig tillämpas oavsett sändningarnas ursprung. Begränsningarna bör emellertid avse endast sådan reklam som särskilt riktar till svenska konsumenterna. Vid bedömningen bör kabelnämnden ta hänsyn till om reklamen utgår från speciellt svenska förhållanden. Därvid bör beaktas bl. a. om språket är svenska, om upplysningar lämnas om priset i svenska kronor, om försäljningsställen i Sverige eller om användning av varorna eller tjänsterna i svensk miljö. Förslaget riktar sig inte mot enstaka reklamslag utan syftar till att förhindra att det uppkommer programkanaler med ett omfattande reklam innehåll, riktat mot Sverige. Med hänsyn härtill torde det knappast uppstå några svårigheter att urskilja det reklam innehåll som skulle kunna leda till förbud mot vidareändning.

I de nämnda tilläggsdirektiven (se SOU 1984:65 Via satellit och kabel, s. 519-) som uppenbarligen tillmättes stor betydelse av regeringen påpekades att på radio- och TV-området finns av olika skäl inte samma etablerings-

frihet som inom pressen: "Liksom i flera andra länder har de företag som getts i uppdrag att bedriva radio- och TV-verksamhet som främsta uppgift att stå i allmänhetens tjänst ("public service-företag"). De har därvid ålagts att uppfylla bestämda krav när det gäller verksamhetens innehåll och inriktning."

Vidare heter det: "Hittills har vi alltså i Sverige haft dels ett stort antal oberoende tidningar som företräder olika åsiktsriktningar, dels radio och TV som verkar i allmänhetens tjänst och för vilka gäller principer om oberoende, mångfald och kvalitet i programverksamheten. Genom att radio och TV har såväl rikstäckande sändningar som sändningar inom olika regioner ger denna struktur förutsättningar för en mångsidig debatt och för en rikhaltig nyhetsförmedling. Tidningar, radio och TV har också viktiga funktioner som förmedlare av information, kulturupplevelser och underhållning. Genom dessa medier får många människor del av t.ex. litteratur, film och musik."

I specialmotiveringen till en bestämmelse som gäller kommersiell reklam i egensändningar uttalade sig statsrådet om vad som menas med sådan reklam med följande ord: "Med reklam avses här liksom enligt kommitténs förslag endast sådana reklammeddelanden som till innehåll och syfte är rent kommersiella. Det är samma slags reklam som avses i lagen (1978:800) om namn och bild i reklam, och som när det gäller tryckta skrifter anses kunna regleras vid sidan av tryckfrihetsförordningen."

Statsrådet har här ett uttalande av lagrådet i tankarna (prop 1978/79:1). Av detta framgår att med kommersiell reklam menas åtgärder av utpräglat kommersiell natur som inte avser nyhetsförmedling eller åsiktsbildning av det slag som tryckfrihetsförordningen (TF) värnar om. Detta innebär, menar lagrådet, att åtgärderna skulle vidtas i kommersiell verksamhet och i kommersiellt syfte och ha rent kommersiella förhållanden till föremål.

Av lagrådets yttrande i det aktuella lagstiftningsärendet framgår bl.a. att bestämmelsen om hänsynen till yttrandefriheten och informationsfriheten syftar till att koncessionssystemet så litet som möjligt skall verka begränsande på dessa friheter. Om bestämmelsen tillämpas på sätt som avses i remissprotokollet torde den yttrandefrihets- och informationsfrihetsbegränsning som formellt följer av ett koncessionssystem inte behöva bli särskilt känbar för den enskilde.

Lagrådet behandlade därefter frågan om kommersiell reklam:

I fråga om satellitsändningarna är förbudet dock av praktiska skäl i viss mån uppmjukat. Ett reklamförbuds förhållande till RF:s regler till skydd för yttrandefriheten föranleder några särskilda synpunkter. Enligt 2 kap 13 § första stycket RF får 'friheten att yttra sig i näringsverksamhet' begränsas utan att några särskilt föreskrivna hänsyn behöver tas. Denna bestämmelse avser att ge öppning för begränsningar bl.a. när det gäller kommersiell reklam (se SOU 1983:70 s. 214, Petren-Ragnemalm, Sveriges grundlag s. 76 och Holmberg-Stjernquist, Grundlagarna s. 127).

Sådan begränsning förekommer redan i lagstiftningen såsom framgår av närradiolagen. Spörsmålet huruvida förbudet mot kommersiell reklam i den lagen strider mot 2 kap 12 och 13 § RF har i rättsfallet RÅ 1983 2:5 prövats av regeringsrätten och besvarats nekande.

Frågan om lämpligheten i och för sig av att föreskriva förbud mot reklam

i kabelsändningar har lagrådet från sina utgångspunkter inte anledning att yttra sig om.

Mot. 1989/90
K436

Konstitutionsutskottet hänvisade i sitt betänkande till ett uttalande av kulturutskottet i vilket kulturutskottet betonat vikten av att de vidgade möjligheterna till programutbud i ljudradio och TV ses i ett större medie- och kulturpolitiskt sammanhang eftersom dessa medier har en mycket stor genomslagskraft. Konstitutionsutskottet instämde även i uppfattningen om vikten av att den nationella kulturen i landet som helhet och i de olika delarna av landet kan hävda sig.

Enligt konstitutionsutskottets mening var det inte möjligt att helt förbjuda kommersiell reklam i satellitsändningar. Vissa restriktiva bestämmelser kunde dock vara befogade. När det gällde egensändningarna ansåg utskottet att det inte fanns anledning att frångå den hittillsvarande ståndpunkten att kommersiell reklam i princip inte bör förekomma i radio och TV.

8.4 Myter om en utveckling som inte går att styra och andra myter om satellit- och kabel-tv

Betald kommersiell reklam får inte förekomma i Kanal 1 och TV 2. Kommersiell reklam får inte förekomma i lokala egensändningar i kabelnät. Det samma gäller för närradiosändningar. Däremot fårsådan reklam förekomma i satellitsändningar som kan tas emot här i landet och som kan vidareändas i kabelnät.

I motiven till radiolagen avvisades reklam-tv-tankens med kraft, särskilt från socialdemokratiskt håll. Den har därefter avvisats vid flera tillfällen, men ledande socialdemokrater för nu fram en annan uppfattning som i princip innebär att Sverige och svenska tittare behöver reklam-tv. Skäl som tidigare åberopats om reklamens negativa effekter för konsumenter och barn har plötsligt förbytts i en positiv hållning till reklam. Det är inte så farligt med kommersiell reklam i tv, heter det.

Grunden för den ändrade inställningen är i huvudsak att det skett en teknisk utveckling på satellit-tv-området som innebär att reklam och även svensk reklam trots allt kommer in i de svenska hemmen till tv-apparaterna utan att Sverige kan hindra detta genom lag eller på annat sätt.

Dessutom menar man att det är bättre att reklampengarna går till en svensk riks-tv-kanal, exempelvis TV 2 eller en ny tredje kanal, och inte till privata intressenter såsom Scansat/TV 3. Samtidigt skulle Scansat/TV 3 få en mindre andel av reklampengarna. Det skulle ske en dränering av reklam-tv-marknaden till svensk tv:s förmån. Scansat/TV 3 och andra reklam-tv-företag med intressen i Sverige skulle därigenom komma att utsättas för en besvärande konkurrens då det svenska riksnätet har bättre täckning och når betydligt fler tittare än satellit-tv-kanalerna någonsin kan komma att göra i Sverige. Det vill säga en svensk reklam-tv-kanal i konkurrensbegränsande syfte.

Ett annat argument som förts fram är att det är praktiskt och juridiskt omöjligt att upprätthålla reklamförbudet i satellit-tv-sändningar för svensk publik.

I avsnitt 6.2 om vår syn på en fri opinionsbildning har vi vederlagt yttrandefrihets- och informationsfrihetsargumenten i moderat tappning.

*** Myten om den tekniska utvecklingen i fråga om satellitsändningar**

Mot. 1989/90
K436

En kort tid efter det att kabellagen börjat gälla framförde regeringen i direktiv till radiolagsutredningen tvivel på riktigheten av den intagna ståndpunkten i fråga om vilka satellitsändningar som skulle betraktas som rundradio-sändning i svensk rätt och fritt få vidareändas i kabelnät.

Anledningen till regeringens nya hållning var dels s.k. medeleffektssatelliter, t ex Astrasatelliten, som skulle tas i bruk, dels den omständigheten att mottagningstekniken hade förbättrats och alltfört genomgick förbättringar i riktning mot billigare mottagningsutrustningar. Det kunde sålunda, menade regeringen, ifrågasättas om inte denna utveckling medförde att flera sändningar än bara sändningar från direktsändande satelliter borde betraktas som rundradiosändning i svensk rätt.

Radiolagsutredningen lade under hösten fram ett betänkande som gick ut på att sändningarna från dåvarande satelliter i fast trafik alltså inte borde betraktas som rundradiosändning men väl sändningar från Astrasatelliten och att i princip alla satellittyper, inkl. direktsändande, borde inordnas under kabellagens koncessionssystem. Om detta inte gick, menade utredningen, skulle koncessionssystemet vittra sönder. Förslaget möttes av hård kritik främst från borgerligt håll med direkt inblandning från Scansat/TV3 och ledde därför inte till något lagförslag från den socialdemokratiska regeringens sida.

Kabelnämnden anslöt sig till radiolagsutredningens uppfattning och konstaterade att Astrasatelliten, som då ännu inte tagits i bruk, var att anse som en direktsändande satellit och därför inte omfattades av kabellagen. Något ingripande mot TV 3 kunde inte ske.

Enskilda ledamöter i kabelnämnden uttalade, även före beslutet, att den tekniska utvecklingen hade sprungit ifrån kabellagen och att en dramatisk förändring hade inträtt genom att Astrasatelliten kommit upp.

Planerna på Astrasatelliten var emellertid väl kända redan på den tiden då frågorna om en eventuell kabellag utreddes. I Astrasatelliten används inte någon ny teknik, utan redan beprövad sådan som köpts från bl.a. USA.

Astrasatelliten kan därför inte utgöra någon dramatisk förändring eller teknisk landvinning som påstås.

*** Myten om små och billiga antenner för mottagning av TV 3**

En satellitmottagningsutrustning består i huvudsak av tre delar: en parabol som fångar upp signalerna och reflekterar dem till ett mikrovågshuvud som i sin tur skickar dem vidare till en mottagare/modulator där signalerna omvandlas för vidarebefordran till tv-apparaten.

Satelliterna är placerade på fasta platser i rad ovanför ekvatorn. Varje satellit kan sända en eller flera tv-kanaler. I princip krävs en parabolantenn för varje satellit. Antennerna kan vara fast monterade eller rörliga så att de går att vridas in mot olika satelliter. Vridbara antenner kan förses med motor-drift.

Här i landet har det sedan början av 1980-talet sålts satellitmottagningsutrustningar i den öppna handeln för enskilt bruk. Man räknar med att mellan 10 000 och 20 000 sådan utrustningar har sålts innan TV 3 började sända. Utrustningarna för fast montering har kostat ca 10 000 kr. eller mindre.

Priserna har sjunkit något, vilket emellerid inte beror på att det skett någon egentlig teknisk utveckling. Visserligen har mikrovågshuvudena förbättrats, ävensom modulatorer och parabolerna i viss mån. Vidare har man lärt sig använda tekniken bättre än tidigare. Förklaringen till prisförändringarna är att produktionen av mikrovågshuvuden, annan elektronik och antennispeglar har ökat väsentligt vilket medfört ett större utbud av konkurrerande produkter på marknaden med prissänkningar som följd. Det säljs också mikrovågshuvuden i billigare utförande, andra sortering, till lägre priser. Det samma gäller för övrig utrustning.

Ingen av de satelliter som är i bruk idag eller kommer att tas i bruk har, förutom Tele-X, sin signalstråle riktad mot Sverige eller Norden. De är som regel riktade mot Central-Europa. Detta gäller också Astrasatelliten. I strålens mitt blir mottagningsförhållandena bäst för att sedan försämrats ju längre bort från centrum mottagaren är placerad. För Sverige och Norden är det alltså fråga om s. k. överspillsmottagning.

Detta innebär att ju längre bort från signalcentrum mottagaren är placerad desto större måste parabolytan göras för att få acceptabel bildkvalitet.

För att med god bildkvalitet ta emot en sändning från en satellit som sänder med en effekt på 15–30 watt krävs sålunda i Stockholmsområdet och Mellansverige en parabol på ca 1,5 meter i diameter, i södra Sverige en något mindre och i norra Sverige en parabol på upp mot 2,0 meter, dock inte över. Längst upp i norr kan satellitmottagning också vara utesluten på grund av jordens rundning.

En mottagningsutrustning med fast monterad antenn på 1,5 meter kostar idag inklusive moms och montering ca 8 500 kronor. För en mindre antenn kan priset bli något lägre och för en större något högre. Detta gäller alltså för mottagning av signaler från de typer av satelliter, Eutelsat och Intelsat, som började användas för tv-sändningar i början av 1980-talet och som enligt kabelnämndens uppfattning alltjämt anses som satelliter i fast trafik och därmed faller under kabellagen. Med motor och fjärrstyrning blir dock priset väsentligt högre, mellan 15 000 och 20 000 kr.

Astrasatelliten har en effekt som ligger något över dessa Eutelsat- och Intelsat-satelliter. Den ligger på 48-54 watt.

För att ta emot signalerna från Astra kan det vara möjligt att minska ytan på parabolen något. Det är dock inte hela sanningen. Den mindre ytan gäller för mottagning nära sändningscentrum. För Sverige är det vidare av betydelse om transpondern, sändaren, har vertikal eller horisontal polarisation. De kanaler som sänds med horisontal polarisation, exempel TV 3, går att ta emot i Sverige med en mindre antennispegel än de som sänds med vertikal polarisation, t ex Sky Channel.

Den teoretiska skillnaden i polarisationshänseende kan innebära att parabolytan bör vara betydligt större för att ta emot Sky Channel från Astra än för att ta emot TV 3.

Ju högre frekvensen är desto känsligare blir också antennerna för påverkan av is, snö och regn. Detta kan i viss mån kompenseras av att parabolytan görs större. Ett annat sätt är att sända med avsevärt högre effekt, vilket dock inte är möjligt som Astrasatelliten är konstruerad.

Många i "parabolbranschen" menar att konsumenten även i fortsättningen

bör hålla sig till de paraboltyper som idag gäller, främst av två skäl: Risken för störningar i mottagningsförhållandena. En större parabol än s.k. Astraparaboler medger också möjlighet att titta på program från andra satelliter än Astra. I branschtidningar framhålls att Astrautrustningen bör monteras av fackman.

Samtliga kanaler som går över Astra kommer att sända på 11 "gigahertz-bandet", en frekvens som används för satelliter i fast trafik. I den meningen är Astra en satellit i fast trafik.

Möjligheterna och kostnaderna för att ta emot Astrakanalerna är som framgått i princip desamma som för dagens Eutelsat- och Intelsat-satelliter. Här råder ingen väsentlig skillnad. Elektroniken är densamma. Paraboltytan bör vara densamma men kan för enbart TV 3-mottagning minskas något. Det marknadsförs också utrustning med en större parabolyta än Astraparabolerna, vilka nått mycket bra resultat i tester och säljs till ett klart lägre pris än Astraparabolerna. En viktig skillnad är vidare att sändningarna från Astra är kodade och kräver en dekoderutrustning för 3 500–5 000 kr. för att ta emot t ex TV 3. Priset kan sålunda bli betydligt högre för att ta emot TV 3 än de gamla paneuropeiska kanalerna, typ Sky Channel, Super Channel och franska TV 5, som inte var kodade.

Påståendet om att det i Sverige går att ta emot signaler från Astrasatelliten med små, billiga och lättmonterade utrustningar är som framgått felaktigt. Någon särskild teknisk utveckling innebär inte Astra på mottagarsidan. För konsumenterna blir priserna desamma om inte rent av högre för Astramottagning.

Påståendet om små, billiga och lättmonterade Astraparaboler är inget annat än ett marknadsföringsstrick av Scansat/TV3 och andra Astraintressenter. I helt enkelt en myt som saknar varje förankring i verkligheten.

Det bör noteras att redan då diskussionerna pågick om eventuell lagstiftning på satellit- och kabel-tv-området så marknadsfördes parabolpaket här i landet till priser kring 7 000 kr. Antennspegel för Stockholmsområdet var 1,5 meter i diameter och gav tillfredsställande mottagning. Detta kan jämföras med de uppgifter som televerket, som satsade på kabelnät, framförde i lagstiftningsärendet om att det krävdes antenner på 4 meter och att individuell mottagning av kostnadsskäl inte var möjlig utan att tittarna var hänvisade till kabelnät om de ville se satellitprogram.

För Tele-X som är en direktsändande satellit, riktad mot Sverige, kan priset för mottagningsutrustning däremot bli betydligt lägre. Det förutsattes också vid kabellagens tillkomst. Det bör räcka med paraboler på 30 cm som kan användas i hela landet. Priset tror man i branschen kan komma att ligga på ca 3 000 kr. om försäljningen kommer igång.

Scansat/TV 3 har med hjälp av många gånger aningslösa journalister och skicklig marknadsföring lyckats med konststycket att få media att berätta om TV 3, Astrasatelliten och små billiga och lättmonterade Astraparaboler.

Sanningen är ju en helt annan. Några små, billiga och lättmonterade Astraparaboler kommer marknaden aldrig att erbjudas. Skälet är helt enkelt att det inte går att ta emot signalerna från Astra med sådan utrustning.

Det har också förekommit vilseledande reklam. Men det är väl mest press och andra media som framkallat och spätt på förväntningarna inför Astra.

En undersökande journalist hade, om intresse funnits, tidigt kunnat slå håll på Astramyten – om de små, billiga och lättmonterade Astraparabolerna. Under senare tid har emellertid konsumentverket börjat intressera sig för marknadsföringen av parabolutrustning och framfört en hel del kritiska synpunkter.

Myten om de små, billiga och lättmonterade Astraparabolerna är därmed vederlagd.

*** Myterna om billig kabelanslutning och stor anslutningsvilja**

Vid flera tillfällen har det påståtts att kostnaderna borde bli lägre vid kollektiv mottagning än individuell mottagning. Anläggningskostnaderna för kollektiv mottagning kan dock variera högst betydligt, från ca 4 000 kr. till 12 000 kr. eller mer utslaget per hushåll. I flera fall erbjuds också bara en satellit eller ett begränsat antal kanaler. Kostnaderna tycks dock inte påverkas särskilt mycket av om det är fråga om en eller flera parabolantennar.

I hyreshus och andra gemensamma fastigheter, typ bostadsrättsföreningar, blir alla boende tvungna att betala anläggningskostnaden, även de som inte har anslutit sig. Kostnaderna fördelas och läggs på månadshyran. Det synliga beloppet per månad blir då inte så stort. Till detta kommer programavgifter. Många protesterar mot detta som i princip innebär tvångsanslutning till kabelnät. Det förekommer att marknadsföringen av kabel-tv är aggressiv och påträngande, men också osaklig.

I vissa fall kan det vara billigare med egen parabolutrustning än anslutning till kabelnät. I vart fall behöver det inte vara särskilt stor prisskillnad mellan de olika alternativen.

Dock är det så att många bor så till att de inte har fri sikt mot satelliterna, vilket är en förutsättning för enskild satellitmottagning, och har därför inte någon teknisk möjlighet att använda en egen parabolantenn. Det är åtskilliga personer som bor på det sättet. De är hänvisade till kollektivmottagning.

I områden med privata villor och radhus där anslutning till kabelnät kan vara möjlig har det i många fall visat sig att intresset för anslutning är synnerligen begränsat. Det finns trots allt en utbredd misstro mot satellit-tv.

*** Myten om att det inte går att ställa någon till svars här i landet för innehållet i en satellitkanal**

Koncessionssystemet för satellitsändningar utgår från föreställningen att det inte går att ställa någon till svars här i landet för innehållet i sändningarna. Sålunda ansågs inte nätägare eller kabeloperatörer som vidareände satellitkanalerna kunna göras ansvariga och inte heller satellit-tv-företagen, eftersom de var utländska och sände från utlandet.

För några år sedan föreslog Reklamskatteutredningen att reklam som förekommer i satellitkanaler som vidareändas i kabelnät i Sverige skulle beläggas med reklamskatt. En särskilt utsedd person skulle svara för skattskyldigheten här i landet.

I kabelnämndens ärende om eventuellt förbud mot vidareändning av TV 3 i kabelnät begärde Scansat/TV 3 att få bli betraktad som part. Detta beviljades av kabelnämnden. Även televerket och andra kabeloperatörer som vidareände kanalen betraktades som part i ärendet.

Mellan satellit-tv-företagen och kabeloperatörerna finns avtal som reglerar deras inbördes villkor. Genom marknadsföring av dekoderutrustning ger programföretagen till känna att de avser att sända i landet. Ett annat tillkännagivande är de programtablåer som publiceras i pressen.

TV 3 och andra reklam-tv-kanaler, liksom betal-tv-kanalerna, har kontor i Sverige. De för Sverige intressanta kanalerna ägs av alla av svenska företag.

Det finns sålunda inte längre anledning att hålla fast vid den tidigare ståndpunkten. Ansvarsfrågan bör omprövas. Såväl satellit-tv-företaget som den som vidareänder satellitprogram bör kunna göras direkt ansvarig för innehållet i sändningarna. En möjlighet som vi kan tänka oss är införande av ett system med programansvarig för satellitsändningar.

8.5 Kabellagens koncessionssystem bör återupprättas

Koncessionssystemet för satellitsändningar erbjuder en möjlighet att ingripa mot satellitsända reklam-tv-kanaler. Goda förutsättningar har förelegat för ingripande mot vissa satellitkanaler, däribland TV 3. Kabelnämnden har dock tagit fasta på signaler från ovan med påföljd att något ingripande inte skett.

I stället är det nu riksdagen som måste ingripa och återställa förtroendet för rättsordningen och upprätta koncessionssystemet.

Något juridiskt hinder föreligger inte mot detta. Vi delar lagrådets uppfattning, såsom den kommit till uttryck i motiven till kabellagen, att det inte är en laglighetsfråga utan en lämplighetsfråga. Praktiskt är det inte heller någon svårighet. Det är bara att besluta i lag.

För svensk rätts del är kommersiella monopol något främmande och tendenser till monopolbildningar brukar medvetet motverkas. Redan av det skälet kan införande av reklam i en kanal som distribueras i något av marknäten ifrågasättas, då det i praktiken innebär att ett reklam-tv-monopol bildas. Detta kan också strida mot regeringsformens regler om yttrandefrihet och informationsfrihet.

Det kan vidare ifrågasättas om reglerna om yttrandefrihet och informationsfrihet går att förena med en reklam-tv-kanal i allmänhetens tjänst. Det finns nämligen en inneboende motsättning mellan reklam som görs i annonsörernas intresse och tittarnas intresse av se på tv, exempelvis i egenskap av konsumenter. Dessa olika intressen kan helt enkelt inte förenas i samma företeelse, då de är allt för motstridiga i svensk rätt. En risk med reklam-tv sanktionerad av staten är också att det kan bli svårt att upprätthålla förbudet mot reklam i tv och radio i övrigt. Allmän-tv:n och allmänradion kan snabbt komma att omvandlas till kommersiella verksamheter. Vidare kan betalningsviljan hos allmänheten svikta när det gäller mottagaravgifter, licensavgifter. Många kommer säkerligen att ifrågasätta rimligheten av att betala licens när man samtidigt också blir tvungen att betala för reklamen via priset i butiken.

Ett problem som inte får förbises i detta sammanhang är att i EG betraktas radio- och tv-sändningar som industriproduktion. Ett närmande till EG kan få förödande konsekvenser för vår svenska radio och tv. I en del EG-länder har man privatiserat radio och tv. Privatisering pågår i andra länder. Mäktiga

kommersiella intressen får makten över medierna. I praktiken har livskraftiga reklamfria alternativ försvunnit. Kvaliteten på tv-sändningarna har sjunkit drastiskt.

Mot. 1989/90
K436

I föregående avsnitt (8.4) har vi visat att någon teknisk utveckling inte har skett och att det inte heller föreligger någon teknisk skillnad mellan de gamla satelliterna och Astrasatelliten som gör det omöjligt att ingripa mot s.k. medeleffektssatelliter. Fastmera har vi visat att likheterna mellan dessa olika satelliter och deras mottagningsförhållanden är mycket stora här i landet.

1974 års kulturpolitiska mål står fast. Vi ansluter oss i allt väsentligt till dem och de grundtankar som låg bakom koncessionssystemet. För närvarande går det inte alls att ingripa mot våldsskildringar, pornografi, rasdiskriminering eller reklam riktad till svenska konsumenter i satellitsändningar på grund av kabelnämndens beslut. Innehållet i satellitkanalerna talar sitt tydliga språk. Det är hög tid att återställa ordningen och återupprätta koncessionssystemet för lokala kabelsändningar.

Vi föreslår därför att riksdagen lägger till en bestämmelse i kabellagen som innebär att med satelliter i fast trafik i lagen också skall anses s.k. medeleffektssatelliter. Med ett sådant tillägg skulle Astrasatelliten föras in under koncessionssystemet.

Men det räcker inte med detta. Vi föreslår vidare att regeringen får i uppdrag att för riksdagen presentera ett förslag till lagändring som innebär att alla satellittyper förs in under koncessionssystemet.

8.6 Mindre tillståndsområden för egensändningar

Av förarbeten till kabellagen framgår att ett syfte med koncessionssystemet var att det skulle kunna bildas lokala kabelsändarföretag i de boendes intresse. Programproduktionen skulle helst vara lokal och handla om lokala ämnen eller ha sitt ursprung hos lokalbefolkningens olika behov och intressen.

I kabellagen stadgas att tillstånd till egensändningar högst bör få omfatta en kommun. Lokala kabelsändarföretag avses få tillstånd att sända i hela kommunen. I kommuner med ett begränsat område som lämpar sig för ett kabelnät utgör inte områdesregeln något problem. Men för större kommuner med flera avgränsade områden och flera kabelnät kan det bli problem på så sätt att sändningarna inte kommer att beröra de boendes frågor i närområdet utan angelägenheter på en högre nivå, kommunal nivå.

Enligt vår uppfattning bör egensändningar i lokala kabelnät vara till för de boende i ett mindre begränsat område där gemenskap föreligger just på grund av boendet, exempelvis ett avgränsat bostadsområde eller en kommundel.

Vi föreslår därför att frågan om förutsättningarna för en begränsning av egensändningsområde utreds. Regeringen bör kunna återkomma med ett förslag till lag i ämnet. Detta bör ges regeringen till känna.

8.7 Ändring i kabellagen i syfte att förhindra kringgående av kabellagens regel om samtidig sändning

Mot. 1989/90
K436

I 22 § kabellagen finns en bestämmelse som syftar till att lokala egensändningar verkligen skall vara lokala. I paragrafen stadgas att egensändningar inom ett tillståndsområde inte får innehålla vidareända program som vid samma tillfälle vidareändas inom ett annat tillståndsområde utanför kommunen.

Regeln kringgås av TV Plus som i upplåten kanal i olika tillståndsområden samtidigt sänder samma program. Eftersom det är förbjudet med samtidig vidareändning till flera områden har TV Plus placerat ut videobandspelare i varje tillståndsområde vilka innehåller samma program som samtidigt spelas upp och sänds i de olika näten. Flera intressenter står på tur för att börja använda metoden, bl.a. några folkrörelseföretag som också tänker sig att anordna spel och bingo i kanalerna.

Detta är uppenbarligen en lucka i lagen som måste täppas igen. Vi anser att det bör göras. Regeringen bör ges i uppdrag att återkomma med ett lagförslag i ämnet.

8.8 Skärpning av reklamregeln i kabellagen för satellitsändningar

Kabelnämndens tillämpning av reklamregeln visar när det gäller satellitsändningar att den måste skärpas och bli tydligare. Motiven för ett långtgående förbud mot reklam riktad till svenska konsumenter kvarstår.

Behovet av en skärpning av reklamregeln bör ges regeringen till känna.

8.9 Förbud mot sponsring

I satellitkanalerna förekommer sponsring. Ifråga om sponsring bör enligt vår uppfattning i princip samma regler gälla för satellitsändningar som för egensändningar, där ju sponsring är förbjuden.

Frågan bör utredas i syfte att få fram en lagändring. Detta bör ges regeringen till känna.

8.10 Ett uttryckligt förbud mot smygreklam och annan marknadsföring i själva programmen i satellit- och egensändningar i kabelnät

Ett sätt att kringgå reklambudbud är att smyga in kommersiella budskap i program eller att göra program helt eller delvis i marknadsföringssyfte. Ändamålet är kommersiellt. Denna typ av marknadsföring är många gånger betydligt allvarigare från konsumentsynpunkt, särskilt för barnen, än de tydliga annonserna som förekommer i särskilda block.

Metoden anses mycket effektiv och har utvecklats i USA där människor tröttnat på annonserna och gärna ägnar sig åt annat när annonserna kommer. Med kommersiella budskap insmugna i programmen kommer marknadsförarna förbi problemet med tittare som inte vill sitta kvar när de kommersiella budskapen kommer.

Flera av de satellitkanaler som har sänt på Sverige har också använt sig av metoden. En annan form av marknadsföring i program är s k TV-Shopping, som innebär att varor säljs till tittarna i programmet. Det finns flera varianter av företeelsen.

Enligt vår uppfattning bör det inte vara tillåtet med kommersiella budskap eller annan marknadsföring i själva programmen. Detta bör komma till klart uttryck i kabellagen. Regeringen bör kunna framlägga ett förslag till lag i ämnet.

8.11 Skärpning av våldsskildringsregeln

Reglerna om våldsskildringar, pornografi och rasdiskriminering i ansvarighetslagen bör ses över och skärpas, bl a bör kriterierna "upprepade tillfällen" och "ensidig inriktning" ersättas med mera långtgående formuleringar så att ingripanden kan ske. Justitiekanslern som har till uppgift att ingripa vid överträdelse och föra saken till domstol har tagit förhållandevis lätt på sin uppgift. Det bör ha funnits flera möjligheter för justitiekanslern att ingripa.

Det finns också anledning att utreda förutsättningarna för att införa ett system med programansvarig som finns här i landet och som kan göras ansvarig för yttrandefrihetsbrott i satellitsändningar som kan tas emot i Sverige eller som vidare sänds i kabelnät här oavsett sändningens ursprungsland. Talan mot den programansvarige skall kunna föras vid svensk domstol.

Vi anser att frågorna är angelägna och att de bör utredas och att regeringen därför bör återkomma med ett lagförslag i ämnet.

8.12 Kabelnämnden bör inte längre handlägga frågor som gäller kabellagens reklamregler

Kabelnämndens handläggning av reklamfrågor kan ifrågasättas. Nämnden saknar särskild kompetens när det gäller att bedöma reklam och andra marknadsföringsåtgärder i sända program. Sådan kompetens finns hos marknadsdomstolen, konsumentombudsmannen och konsumentverket, vilka bl a har till uppgift att handlägga frågor om otillbörliga marknadsföringsåtgärder till skydd för konsumenterna. Syftet att skydda konsumenterna återfinns ju också i motiven till kabellagens reklamregler.

Till marknadsdomstolen bör sålunda överföras beslutanderätten enligt kabellagens reklamregler i 23 § andra stycket 1. och 2. om återkallelse av tillstånd på grund av reklam och sponsring, i 24 § om förbud mot fortsatt vidare sändning på grund av reklam och i 25 § 3. och 4. om upphörande av sändningar i upplåten kanal på grund av reklam och sponsring.

Talan bör föras av konsumentombudsmannen vid marknadsdomstolen. Frågorna bör kunna utredas inom konsumentverket på samma sätt som sker idag.

Den som har tillstånd till egensändning eller den som bedriver egensändning i upplåten kanal betraktas regelmässigt som part eller sakägare i ärenden vid kabelnämnden. Kabelnämnden har i handläggningen om TV 3 kommit fram till att såväl de som har tillstånd till satellitsändning av kanalen som programföretaget hade ställning av part eller sakägare i ärendet. Denna ordning bör lagfästas.

Genom att reklamfrågorna förs över till domstol kommer det inte längre att vara samma myndighet som utreder och beslutar, vilket naturligtvis är en fördel från rättssäkerhetssynpunkt.

Beslut av marknadsdomstolen får enligt gällande regler inte överklagas. I förevarande typ av ärenden är det dock rimligt att öppna en möjlighet för överklagande. Vilken ordning som är lämplig måste dock redas ut.

Om det inte visar sig ändamålsenligt vid en närmare utredning att föra över beslutskompetensen till marknadsdomstolen bör i vart fall utredningsansvaret föras över till KO som bör få talerätt inför kabelnämnden i reklamfrågor enligt kabellagen med åtföljande överklagningsrätt.

Frågan bör utredas. Regeringen bör kunna presentera ett förslag om ändrade regler för riksdagen.

9. Smygreklam i Kanal 1 och TV 2

Radionämnden granskar i efterhand om programföretagen inom Sveriges Radiokoncernen brutit mot programreglerna i radiolagen eller avtalet med staten vid sändning av program. Den grundläggande regeln för programverksamheten är att den skall utövas opartiskt och sakligt, varvid skall beaktas att en vidsträckt yttrandefrihet och informationsfrihet skall råda i ljudradion och televisionen. Radionämnden gör ingen systematisk granskning av innehållet i sändningarna utan litar i allt väsentligt till anmälningar från allmänheten.

För programföretagen är det vidare enligt radiolagen förbjudet att mot vederlag medge kommersiell reklam i program eller i programinslag. Trots detta förekommer kommersiella budskap förhållandevis ofta i televisionsändningarna.

Radionämnden torde inte ha handlagt någon fråga som direkt gäller brott mot reklamregeln. Däremot har radionämnden behandlat reklamfrågor med hänsyn till kraven på saklighet och opartiskhet. Enligt nämndens uppfattning innebär detta krav att programföretagen skall vara aktsamma med inslag som kan uppfattas som gynnande av visst företag eller av viss vara.

Radionämndens ståndpunkt innebär att man bör kunna godta varumärken etc. på kläder och sportarenor, om nyhets- och informationsvärdet väger upp det gynnande som sker genom exponeringen. Sättet för exponeringen tillmäts därvid en väsentlig betydelse vid bedömningen.

Det finns dock en tendens till att det blir allt vanligare med kommersiella budskap insmugna i program, s.k. smygreklam, särskilt när det gäller inköpta program. Inom publik- och programforskningen (PUB) har företeelsen uppmärksammats.

Som exempel kan vidare nämnas: I en från utlandet inköpt rockkonsert som uppenbarligen var sponsrad av läskedryckstillverkaren Pepsi visades detta varumärke i bild ca 70 gånger under den timme konserten pågick. Högtalarlådor och annan utrustning hade försetts med Pepsietiketter. Kameran svepte in mot etiketterna och stannade en kort stund.

I ett från Norge inköpt program med en norsk känd komiker var programmets dramaturgi uppbyggd kring sega gubbar (snask) som tillverkas av ett norskt företag. I TV 3 har också förekommit reklam för snasket men då i form av tydlig annons. Gubbarna marknadsförs även i Sverige.

Ett par kända "tv-makar" som gjort program i en satellitkanal har också gjort program för Sveriges television. I vinjetten till satellitprogrammet förekommer ett par bilmärken. Av programmets eftertext framgår att det varit sponsrat av biltillverkarna. I vinjetten till programmen som förekom i Sveriges television fanns samma bilmärken med.

I ett populärt underhållningsprogram förekom i dagarna marknadsföring av tre olika produkter.

Det finns andra exempel. Det råder ingen tvekan om att kommersiella krafter medvetet söker få in sina kommersiella budskap i form av varumärken eller på annat sätt och också lyckas. Radionämnden har uppenbarligen inte möjlighet att förhindra detta. Konsumentverket och konsumentombudsmannen har inte heller kommit med något bidrag i den riktningen.

Om de nämnda inslagen däremot förekommit i egensändningar i kabelnät eller i närradiosändningar hade tillstånden dragits in utan vidare. En sådan orimlighet kan i längden inte bestå. Att det dessutom förekommer kommersiell reklam i satellitkanalerna både i form av annonser och smygreklam gör inte saken bättre.

Vi anser att Sveriges television och radio skall hållas ren från kommersiella budskap. Smygreklamen är uppenbarligen ett avtalsbrott. Den är också försåtlig och anses bland marknadsföringsexperter mycket effektiv. Målinriktade åtgärder måste därför snarast vidtas.

Frågan bör överlämnas till regeringen med ett tillkännagivande att regeringen bör vidta erforderliga åtgärder för att minska förekomsten av smygreklam i Sveriges televisions sändningar. För det fall att regeringen inte lyckas i sina ansträngningar bör den återkomma till riksdagen med ett förslag till ändring i radiolagen så att smygreklam uttryckligen förbjuds.

10. Utredning om tv-politiken

Under senare år har kraven på reklam-tv blivit allt starkare. Vi har tillgång till fyra marknät och ett antal kabelnät. Något övergripande ansvar för tv-politiken har hittills inte tagits.

En utredning bör tillsättas som får till uppgift att utreda de fundamentala frågorna om

Vilka mänskliga behov bör tv tillgodose?

Vad kan tv användas till?

Vem ska ha makten över tv och dess innehåll?

Utredningen bör bedrivas i enlighet med den grundsyn för radio-och tv-politiken som vi fört fram om kulturell mångfald och kvalitet och en fri opinionsbildning i radio och tv i avsnitt 6.

Detta bör ges regeringen till känna.

11. Tele-X

Det nordiska samarbetet när det gäller Tele-X bröt samman för något år sedan. Trots detta bör regeringen verka för att i vart fall en nordisk kanal med inriktning på nyheter, aktualiteter, kultur men också underhållning kommer

till stånd. Alla nordiska länder bör vara med och satelliten bör få sina program från dem.

Regeringen bör söka få till stånd nya samtal med företrädare för de övriga nordiska länderna om en nordiskt Tele-X-samarbete.

Mot. 1989/90
K436

12. Begränsning av skyldigheten för hyresgäster att betala för kabel-tv-anläggningen

Det är ett rättvisekrav att boende som inte vill ha sin bostad ansluten till ett kabelnät skall slippa betala del av kostnad för anläggning eller drift av kabel-tv-anläggningen i form av hyra eller avgift för bostaden.

Detta bör ges regeringen tillkänna som bör återkomma med ett lagförslag i ämnet till riksdagen.

Hemställan

Med hänvisning till det anförda hemställs

1. att riksdagen hos regeringen begär förslag till lag om lokal eter-tv,
 2. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om inledande av försökssändningar med lokal eter-tv,
 3. att riksdagen ändrar kabellagen så att medeleffektssatelliter anses som satelliter i fast trafik i den lagen,
 4. att riksdagen hos regeringen begär förslag till sådan lagändring att alla satellitsändningstyper kan omfattas av koncessionssystemet för lokala kabelsändningar,
 5. att riksdagen hos regeringen begär förslag till ändring i kabellagens områdesregel,
 6. att riksdagen hos regeringen begär förslag till ändring i kabellagen så att kringgående av förbudet mot samtidig sändning omöjliggörs,
 7. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om behovet av en skärpning av kabellagens reklamregel för satellitsändningar,
 8. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om förbud mot sponsring i satellitsändningar,
 9. att riksdagen hos regeringen begär förslag till lag mot smygreklam och annan marknadsföring i satellit- och egensändningar i kabelnät,
 10. att riksdagen hos regeringen begär förslag till skärpning av reglerna om våldsskildringar, pornografi och rasdiskriminering i ansvarsighetslagen,
 11. att riksdagen hos regeringen begär lagförslag om programansvarig för yttrandefrihetsbrott i satellitsändning som kan tas emot i Sverige eller som vidare sänds i kabelnät här,
 12. att riksdagen hos regeringen begär förslag till lagändring angående kabelnämndens utrednings- och beslutskompetens när det gäller frågor om kabellagens reklamregler,
- [att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i mo-

tionen anförts om behovet av att minska smygreklamen i Sveriges televisionssändningar,¹⁾

Mot. 1989/90
K436

13. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om tillsättande av en parlamentarisk utredning om tv-politiken,

[att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om förnyade samtal för att få till stånd ett nordiskt Tele-X-samarbete,¹⁾

[att riksdagen hos regeringen begär förslag till lag som går ut på att boende som inte velat ha kabel-tv inte heller skall vara tvungen att betala för kabel-tv-anläggning och driften därav i form av hyra eller annan avgift.²⁾

Stockholm den 25 januari 1990

Kaj Nilsson (mp)

Carl Frick (mp)

¹ 1989/90:Kr373

² 1989/90:Bo421