## Nr 1281

**av herr Bohman m. fl.**
**i anledning av Kungl. Maj:ts proposition nr 27 angående stöd till dagspressen.**

### Angående pressens villkor

Pressfriheten har gamla och förpliktande anor i Sverige. Censur har i huvudsak varit förbjuden sedan år 1766. Lagbestämmelserna till tryckfrihetens skydd har getts grundlags helgd. Hindersam specialbeskattning av pressen har undvikits; den stämpelskatt på tidningar som utgick under åren 1824 – 1872 var i realiteten endast en postbefordringsavgift och som sådan inte särskilt tyngande. Exempel på skatter riktade mot pressen i dess helhet eller mot viss del av pressen är mycket fataliga i de demokratiska staternas historia. Ett i presshistorien välkänt exempel av detta slag är England, där en annars i huvudsak fri press hölls kvar vid ytterst blygsamma upplagesiffror ända till in på 1850-talet med hjälp av en stämpelskatt på varje tryckt tidningsexemplar och en nästan lika tyngande annonsskatt. Syftet med dessa var, som påvisats i Colletts *History of the Taxes on Knowledge*, snarare politiskt än fiskalt: man ville begränsa kritiken mot regeringen.

I USA:s historia finns två exempel på annonsskatt. I Massachusetts påbjöds en sådan skatt år 1786 men undanröjdes redan två år senare. År 1934 genomdrev dåvarande guvernören i Louisiana en annonsskatt som träffade tidningar med en upplaga överstigande 20 000 exemplar. De tretton tidningar i staten som drabbades av skatten var alla oppositionella mot guvernören. Annonsskatten upphävdes i februari 1936 av USA:s högsta domstol, som ansåg att dess diskriminerande karaktär stred mot konstitutionens tryckfrihetsprinciper. I domen hette det bl. a.: "Intet av vad vi här sagt avser att säga att tidningsägare skulle vara skyddade från vanlig beskattning till statskassan. Men detta är inte en vanlig utan en särskild sorts skatt, med en lång historia av illasinnat missbruk mot tryckfriheten bakom sig – –. Det är inte därför att den tar pengar ur kärandens fickor som den ifrågavarande skatten är av ondo. Vore det allt skulle det vara en helt annan sak. Den är av ondo därför att den, i ljuset av sin historia och de aktuella omständigheterna, syns vara en avsiktlig och kalkylerad metod att medelst en särskild skatt begränsa spridningen av en information som allmänheten är konstitutionellt garanterad att erhålla. En fri press står som en av de stora förmedlarna mellan regeringen och folket. Att låta den fjättras är att fjättra oss själva."

En med det senare exemplet till både utformning och intention besläktad beskattning av pressen återfinns i Grekland. Skatten är där utformad som importtull på tidningspapper. Skatten utgår endast på tidningar med en upplaga överstigande 25 000 exemplar och är till sin

karaktär progressiv. Ju populärare och därför större en tidning är desto högre blir skatten. Också denna skatt har ett klart politiskt syfte. Den regeringsvänliga pressen har genomgående mindre upplagor än oppositionspressen och undgår därför till stor del tullen på tidningspapper. Utöver denna skatt finns i Grekland också en annonsskatt.

I Sverige begränsas möjligheterna att med fiskala eller andra medel genomföra mot pressen i allmänhet eller mot del av pressen diskriminerande atgärder av regeringsformens § 86 och av bestämmelserna i tryckfrihetsförordningens 1. kapital. I RF heter det: "Med tryckfrihet förstas varje svensk mans rättighet att, *utan några av den offentliga makten i förväg lagda hinder*, utgiva skrifter – ."[1] Till sin bokstav innebär varken detta eller bestämmelserna i TF något absolut hinder mot annonsskatt. Beträffande "i förväg lagda hinder" tänkes, enligt Malmgren, *Sveriges grundlagar*, "i främsta rummet pa den censur, som i äldre tider alla skrifter skulle underga, innan de fingo tryckas. Den 1941 avägabragta möjligheten att anordna förhandsgranskning (censur) och utfärda förbud mot skriftimport och utgivande av periodisk skrift, vilken nödvändiggjorde en modifikation i ordalagen i RF § 86, undanröjdes 1945, varvid även § 86 aterfick sin förra lydelse." Klart star dock att "i förväg lagda hinder" även kan vara av annan art än förhandsgranskning, t. ex. ekonomiska hinder, som allvarligt försvarar utgivning av skrifter.

Den första januari 1969 ersattes den tidigare omsättningsskatten med en mervärdeskatt. Därvid berövades dagspressen den förmån som frihet fran omsättningsskatt pa annonser hade inneburit. Denna konsekvens kunde givetvis diskuteras mot bakgrund av pressens ekonomiska situation. Pa intet sätt fanns det emellertid anledning att ifragasätta dess förenlighet med principerna bakom tryckfriheten. När det däremot är fråga om en annonsbeskattning som direkt och speciellt paverkar de ekonomiska villkoren maste även denna aspekt beaktas. En annonsskatt som innebär ett allvarligt ekonomiskt hinder för utgivande av periodisk publikation maste sägas vara oförenlig med andan i TF och RF § 86 och sannolikt även mot den senares bokstav. En annonsskatt som även om den inte kan sägas utgöra ett *allvarligt* ekonomiskt hinder mot utgivande av tidskrift men som till sin utformning är diskriminerande mot viss typ av skrifter och viss typ av press mäste ävenledes bedömas mot bakgrund av RF § 86 och TF och ej blott mot bakgrund av deras ordalydelse utan i deras anda. Kan det visas att en annonsskatt av detta senare slag enbart eller huvudsakligen kommer att lägga ytterligare bördor på press med viss politisk inriktning, kan skatten svårligen vara förenlig med tryckfrihetens principer. En adekvat internationell parallell skulle i det läget vara högsta domstolens i USA förbud mot annonsskatt av år 1936.

### Förslaget till annonsskatt

Den av Kungl. Maj:t lagda propositionen med förslag till förordning om annonsskatt (nr 28 år 1971) uppdelar pressen efter fyra kriterier:

1. *Press som ges ut pa främmande språk för spridning enbart*

[1] Kursiverat av motionärerna.

*utomlands* befrias från annonsskatt;

2. *Press som är undantagen skatteplikt enligt 8 § 6 eller 7 förordningen (1968:430) om mervärdeskatt*, dvs. medlemsblad, t. ex. fackförbundens tidningar, sådana periodiska publikationer som väsentligen framstår som organ för sammanslutning med huvudsakligt syfte att verka för religiöst, nykterhetsfrämjande, politiskt eller försvarsfrämjande ändamål eller att företräda handikappade medlemmar och slutligen personaltidningar, program eller kataloger befrias även från annonsskatt;

3. *Press av allmän nyhetskaraktär* för vilka annonsskatt föreslås utgå med 6 procent av beskattningsvärdet och *övrig press* för vilken annonsskatt föreslås utgå med 10 procent av beskattningsvärdet;

4. *Press med större eller mindre annonsintäkter* i det att den skattepliktige får göra avdrag från den skattepliktiga omsättningen för varje självständig publikation med 3 miljoner kronor för kalenderår.

Mot de två första kriterierna finns från tryckfrihetssynpunkt mindre anledning att resa invändningar. Den föreslagna skattefriheten för där aktuella typer av publikationer innebär blott att staten inte lägger sådana bördor på intressorganisationer och ideella organisationer att deras kommunikation med medlemmarna försvaras. I många fall är föreningsbladet det ojämförligt viktigaste kommunikationsmedlet. Att staten inte kan skattebelägga annonsering avsedd enbart för utlandet torde vara självklart.

I vad gäller det tredje diskrimineringskriteriet är större tveksamhet befogad. Dess utgångspunkt måste antingen vara att press av annan karaktär än allmän nyhetskaraktär har mindre betydelse för den fria debatten och opinionsbildningen och att det därför utifrån pressfrihetens principer är av mindre betydelse om denna press får ökade svårigheter eller att dess ekonomi i allmänhet är så god att risken för ökade svårigheter inte behöver beaktas. Det senare förhållandet är inte generellt för handen och gäller heller inte flertalet publikationer. I den vikande annonskonjunktur som för närvarande är för handen brottas åtskilliga tidskrifter med avsevärda ekonomiska problem, och anställningsstopp råder här liksom inom dagspressen.

Om å andra sidan anledningen till att press av annan karaktär än nyhetskaraktär föreslås beläggas med högre annonsskatt än den som avses gälla för dagspressen, dvs. att denna press bedömes ha mindre värde som informationsförmedlare än dagspressen, är detta ett ställningstagande med direkt anknytning till principerna om pressfrihet. Den innehållsmässiga skillnaden mellan en stor del av veckopressen och därmed besläktad press och dagspressen är snarare en gradskillnad än en artskillnad. Den typ av information som förmedlas via denna veckopress återfinns också i dagspressen om än i *relativt sett* mindre omfattning. Veckopressen kan sägas ha specialiserat sig på viss typ av information - det kan gälla ekonomi, mode hushåll, teknik osv. I särskilt hög grad gäller detta givetvis den rena fackpressen, vilken också föreslås bli belagd med högre annonsskatt i den utsträckning den inte klassificeras som medlemsblad. I några avseenden kan man inte ens säga att gradskillnader

föreligger. Så är t. ex. dagstidningarnas söndagsbilagor av ren veckopresskaraktär såväl innehållsmässigt som i fråga om utgivningsfrekvens.

Enligt den i förslaget till annonsskatt angivna definitionen på allmän nyhetstidning av dagstidningskaraktär klassificeras 17 tidningar, som utkommer en gång i veckan, som dagstidningar. Det är här fråga om veckotidningar av dagstidningskaraktär med lokal spridning. 7 av tidningarna beskrivs i TS-statistiken som opolitiska och 10 som centerpartistiska. Ingen av dessa tidningar torde ha annonsintäkter överstigande 3 miljoner kronor, varför annonsskatt här inte kommer i fråga. Till skillnad från andra veckotidningar i likartad ekonomisk situation erhåller däremot samtliga dessa tidningar presstöd enligt Kungl. Maj:ts proposition angående stöd till dagspressen (nr 27 1971). Presstödsfrågan behandlas vidare nedan.

Det fjärde kriteriet, som tar hänsyn till annonsintäkternas storlek, innebär att ju större annonsintäkter en tidning har desto hårdare drabbas den av annonsskatten. Tidningar med annonsintäkter understigande 3 miljoner kronor befrias helt från annonsskatt genom att detta belopp får avdragas från den skattepliktiga omsättningen. Ju större en tidnings annonsintäkter är desto mindre betyder detta avdrag.

Vi har tidigare gjort gällande att den annonsskatt som huvudsakligen lägger bördor på press med viss politisk inriktning svårligen kan förenas med pressfrihetens bärande principer. Att beskattningen till sin utformning är generell saknar vid denna bedömning avgörande betydelse. I själva verket var beskattningen generell i samtliga ovan från utlandet hämtade exempel, där den politiska avsikten att försvåra utgivningen av oppositionspress är helt klarlagd. Beskattningens utfall är avgörande. I tabell 1 nedan har ett försök gjorts att skatta hur de 26 miljoner kronor som annonsskatten på dagstidningar beräknas ge statskassan betalas av pressen med avseende på partipolitiska sympatier. Kalkylen är i hög grad approximativ men torde ändå ge fördelningen i dess huvuddrag. I kalkylen har endast beaktats i TS-statistiken upptagna dagstidningar. Dagstidningar med i huvudsak samma redaktionella innehåll har räknats som en tidning.

*Tabell 1: Annonsskattens fördelning på tidningar efter partitillhörighet*

| Partitillhörighet | Antal tidningar | Antal i procent av hela antalet tidningar | Beräknad annonsskatt i 1 000-tal kronor | Annonsskatt i procent |
|---|---|---|---|---|
| Moderata samlingspartiet | 32 | 22 % | 5 500– 6 500 | 21–25 % |
| Folkpartiet | 36 | 25 % | 15 500–19 500 | 60–75 % |
| Centerpartiet | 19 | 13 % | 0– 250 | 0– 1 % |
| Socialdemokraterna | 20 | 14 % | 2 000– 3 600 | 8–14 % |
| KDS | 1 | 1 % | 0 | 0 % |
| Allmänt borgerlig | 8 | 6 % | 1 300 2 500 | 5 10 % |
| Opolitisk | 27 | 19 % | 0 | 0 % |
| | 143 | 100 % | 26 000 | |

Mest markant är att den press som sympatiserar med folkpartiet kommer att betala väsentligt mer än vad som svarar mot folkpartitidningarnas andel av det totala antalet dagstidningar. Markant är också att den socialdemokratiska pressen, centerpressen och den opolitiska pressen kommer att betala väsentligt mindre än som svarar mot deras andel av det totala antalet dagstidningar. Den moderata pressen och folkpartipressen kommer sannolikt att tillsammans inbetala mellan 80 och 90 procent av annonsskatten. Anledningen härtill är naturligtvis att dessa tidningar genomsnittligt är större. De har större upplagor och större annonsintäkter. Centerpressen kommer att betala en försvinnande liten del av annonsskatten därför att, som ovan framhållits, 10 av dess 19 tidningar utkommer blott en gång i veckan, och övriga tidningar är förhållandevis små, varför annonsintäkterna inte överstiger 3 miljoner kronor.

### Annonsskatten och dagspressens ekonomiska situation

Förslaget om annonsskatt synes bygga på antagandet att upplagemässigt större tidningar med förhållandevis större annonsintäkter generellt sett är ekonomiskt mer bärkraftiga än mindre tidningar. Så behöver emellertid inte vara fallet. En liten, en till tre gånger i veckan utkommande, dagstidning kan mycket väl vara en god affär, under det att en dagligen utkommande tidning kan brottas med avsevärda ekonomiska svårigheter. Den mindre tidningen har sannolikt inte en beskattningsbar omsättning överstigande 3 miljoner kronor och kommer alltså inte att belastas av annonsskatten. För de större tidningarna kommer annonsskatten däremot att bli en kännbar realitet, som kommer att öka deras ekonomiska problem. Om det antages, annat oförändrat, att den efterfrågade annonsvolymen mätt i kronor inte påverkas av införandet av en annonsskatt och att inte heller fördelningen av denna annonsvolym mellan olika tidningar påverkas, blir resultatet att de små tidningarnas ekonomiska situation inte förändras, under det att den alltmer förändras till det sämre för större tidningar, ju mer deras skattepliktiga omsättning överstiger 3 miljoner kronor. Detta gäller i än högre grad veckotidningar och liknande publikationer än dagstidningar för vilka annonsskatten föreslås utgå med 10 procent i stället för 6 procent. Såsom framgick av tabell 1 är det sålunda bland dagspressen den moderata pressen och folkpartipressen som under dessa förutsättningar kommer att få ökade svårigheter.

Det är emellertid osannolikt att annonsvolymens fördelning inte kommer att påverkas av införandet av en annonsskatt. Om de mindre tidningarna avstår från att söka ta ut ett högre annonspris, vore en möjlig omfördelning av annonsvolymen en ökad annonsering i de tidningar som inte belastas med annonsskatt. Bleve det resultatet, skulle försämringen av de större tidningarnas situation accentueras. Genomförandet av en annonsskatt skulle i det läget än mer direkt gynna den socialdemokratiska pressen och centerpressen.

Det är emellertid långtifrån klart att en sådan omfördelning kommer

att ske. Troligt är att efterfrågan på annonsutrymme, mätt i utnyttjat spaltutrymme, har en efterfrågeelasticitet som ligger nära 1. Det innebär att en ökning av annonspriset med t. ex. 6 procent kommer att minska det efterfrågade annonsutrymmet med ca 6 procent. Anledningen härtill är att företagen vid fastställandet av sina annonseringskostnader i stor utsträckning arbetar med fasta ramar. Annonseringskostnaderna tycks t. ex. ofta fastställas i procent av omsättningen. Detta skulle innebära att genomförandet av en annonsskatt skulle minska pressens nettoannonsintäkter. Det är därtill troligt att det skulle ske viss övergång till andra icke skattebelagda typer av annonsering och reklam såsom butiksannonsering, annonsering via reklamblad osv. Detta skulle medverka till att ytterligare minska pressens nettoannonsintäkter. Det är vidare troligt att denna nedgång i nettoannonsintäkterna i mindre grad skulle drabba de viktigaste annonsorganen, dvs. i fråga om riksannonsering den största dagstidningen med rikssprídning och i fråga om regional annonsering de största regionala dagstidningarna. En liknande omfördelning av annonseringen i veckopressen och likartad press är också trolig.

De ökade annonskostnader som införandet av en annonsskatt innebär kommer sålunda sannolikt att få betalas även av den press som blott i mindre grad berörs direkt av skatten. Den press som avses bli hjälpt genom förslaget till presstöd, vilket närmare diskuteras nedan, kan t. o. m. bli den som hårdast drabbas av skatten därför att annonsörerna i större utsträckning söker begränsa och koncentrera annonseringen till de tidningar som bedöms vara de effektivaste annonsorganen.

Det måste också konstateras att förslaget om annonsskatt kommer på en för pressen olycklig tidpunkt. Den vikande konjunkturen under senare delen av 1970 och under 1971 har inneburit ett stort inkomstbortfall för pressen i dess helhet. Det rör sig om en minskning av annonseringen av storleksordningen 20 procent. Denna minskning torde ha accentuerats redan genom förslaget om annonsskatt och blir sannolikt än allvarligare den dag en annonsskatt vore genomförd, om inte en markant konjunkturförändring ägt rum.

### Förslaget till presstöd

Man kan inte utesluta att den vikande annonskonjunkturen tillsammans med den föreslagna annonsskatten – om denna realiseras – kommer att skapa ett akut behov av stöd för många tidningar. Om inte avsikten med annonsskatt och presstöd är att skapa ett instrument för påverkan av den svenska tidningsstrukturen, vilket inte kan anses förenligt med pressfrihetens grundläggande principer, bör staten i ett sådant läge avstå från åtgärder som lägger ytterligare bördor på pressen.

En vital och rikhaltig press är av central betydelse för en fri opinionsbildning och informationsspridning i en demokratisk stat. En utveckling som innebär en fortlöpande koncentration av denna opinionsbildnings- och informationsverksamhet till ett allt mindre antal tidningar måste därför ses med oro. Inte minst för den kommunala demokratin har

en livskraftig lokal press stor betydelse. Åtgärder som förbättrar pressens arbetsvillkor såväl ekonomiskt som i andra avseenden medverkar därför till att vitalisera demokratin. Samhälleligt stöd till pressen är både önskvärt och nödvändigt.

I Kungl. Maj:ts proposition angående stöd till dagspressen återfinns en analys av dagspressens strukturutveckling, upplageutvecklingen, tidningsdödens orsaker och dagstidningarnas ekonomiska situation. I dess huvuddrag har vi intet att invända mot denna analys. Vi ställer oss därför positiva till en utvidgning av samhällsstödet till pressen. Tre krav måste ställas på utformandet av ett sådant stöd:

1. Stödet måste vara generellt antingen så att det kommer samtliga tidningar till del i lika hög grad eller så att stödeffekten främst kommer mindre tidningar till del med en upplaga understigande visst tal och att stödet avtrappas för tidningar med upplagor överstigande detta tal.

2. Stödet får inte vara diskriminerande i sådant avseende att det i främsta rummet är förmånligt för visst partis eller vissa partiers tidningar. Fri opinionsbildning förutsätter att läsarnas faktiska val av tidning accepteras av statsmakterna även om detta innebär att pressens politiska struktur blir en annan än den politiska strukturen i riksdagen.

3. Stödet får inte vara konkurrenssnedvridande. Konkurrensen mellan olika tidningar har betydelse för tidningarnas kvalitet. Konkurrensen måste därför ses som något positivt, och incitamentet att öka en tidnings upplaga genom att göra den bättre får inte bortfalla.

Propositionen angående stöd till dagspressen uppfyller inte något av dessa krav. Det föreslagna stödet är selektivt och skall utgå endast till andratidningar och vissa tidningar som inte är andratidningar men där det med hänsyn till förhållandena inom tidningens hela spridningsområde är uppenbart att den har samma svårigheter som en andratidning. I ett läge med en starkt vikande annonskonjunktur är detta inte till fyllest.

I bilaga 2 till proposition 1971:27 sammanfattas resultatet av en inom finansdepartementet gjord undersökning av hur det föreslagna bidragssystemet verkar. I tabell 2 återges undersökningens resultat med hänsyn också tagen till de berörda tidningarnas partitillhörighet. Tabellen utvisar otvetydigt att stödet utfaller diskriminerande gentemot den moderata pressen och folkpartipressen.

*Tabell 2: Presstödets fördelning på tidningar efter partitillhörighet*

| A | B | C | D | E | F | G |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Partitillhörighet | Antal tidningar | Därav stödberättigade | C i procent av B | C i procent av hela antalet stödberättigade | Bidrag i 1 000-tal kr | F i procent av totalt bidrag |
| M | 32 | 4 | 12,5 | 9 | 4 130 | 13 |
| Fp | 36 | 1 | 3 | 2 | 3 500 | 11 |
| Cp | 19 | 14 | 74 | 32 | 6 025 | 18 |
| S | 20 | 16 | 80 | 37 | 16 465 | 51 |
| KDS | 1 | 1 | 100 | 2 | 200 | 1,5 |
| B/Ob.lib | 8 | 1 | 12,5 | 2 | 200 | 1,5 |
| Opol. | 27 | 7 | 26 | 16 | 1 400 | 4 |
| | 143 | 44 | | 100 % | 32 520 | 100 % |

Beaktas därtill betalningsfördelningen av den annonsskatt som föreslås finansiera presstödet, blir denna diskriminerande karaktär än mer markant. Tabell 3 sammanfattar tabellerna 1 och 2 i detta avseende.

*Tabell 3: Fördelning av annonsskatt och presstöd på tidningar efter partitillhörighet*

| A | B | C | D | E |
|---|---|---|---|---|
| Partitillhörighet | Beräknad annonsskatt i 1 000-tal kr | B i procent av dagspressens totala annonsskatt | Bidrag i 1 000-tal kr | D i procent av totala bidraget |
| M | 5 500– 6 500 | 21–25 | 4 130 | 13 |
| Fp | 15 500–19 500 | 60–75 | 3 500 | 11 |
| Cp | 0– 250 | 0– 1 | 6 025 | 18 |
| S | 2 000– 3 600 | 8–14 | 16 465 | 51 |
| KDS | 0 | 0 | 200 | 1,5 |
| B/Ob.lib | 1 300– 2 500 | 5–10 | 200 | 1,5 |
| Opol. | 0 | 0 | 1 400 | 4 |
| | 26 000 | | 32 520 | 100 |

Det föreslagna presstödet är konkurrenssnedvridande. En bidragsberättigad andratidning kan komma i den situationen att om den framgångsrikt ökar sin upplaga blir den klassificerad som förstatidning och inte längre bidragsberättigad om det inte kan påvisas att den inte inom hela sitt spridningsområde uppenbart har samma svårigheter som en andratidning. En tidning som är förstatidning på sin utgivningsort men konkurrerar med en tidning med samma eller annan utgivningsort kan finna det fördelaktigt att minska sin upplaga på utgivningsorten, t. ex. genom att skära ner på lösnummerförsäljningen för att därigenom komma att klassificeras som bidragsberättigad andratidning. En tidning som genomför en framgångsrik upplagekampanj på annan ort än huvudorten

kan komma i den situationen att konkurrenten far presstöd till följd av denna kampanj.

Mot denna bakgrund kan det stöd till dagspressen, som föreslagits i proposition nr 27 ar 1971 inte accepteras.

### Ökad samhällsinformation

I proposition nr 56 är 1971 *angaende förbättrad samhällsinformation* föreslås att riksdagen skall bevilja ett särskilt anslag pa 15 miljoner kronor att användas till samhällsinformation via dagspressannonsering. I den mån som statliga myndigheter väljer dagspressannonsering som medel för att nå alla medborgare föreslås att annonser av i regel samma innehåll och format införs i samtliga dagstidningar. Riktar sig informationen till befolkningen i ett visst geografiskt område, föreslas motsvarande gälla i den regionala dagspressen.

Moderata samlingspartiet anser det vara riktigt att statliga myndigheter i ökad utsträckning skall betala för den information angaende deras verksamhet som förmedlas via pressen. En sadan ökad samhällelig annonsering skulle innebära ett värdefullt ekonomiskt stöd till pressen. Vi anser det emellertid i hög grad betänkligt att finansieringen av en sådan ökad samhällsinformation satts i samband med annonsskatten. Annonsskatten har totalt beräknats inbringa 48 miljoner kronor, varav 26 miljoner skulle betalas av dagspressen och 22 miljoner av övrig press. Härav föreslås i proposition 1971:27 att 33 miljoner kronor anvisas för presstöd, och enligt proposition 1971:56 att 15 miljoner kronor anvisas till ökad samhällsinformation. Det är inte rimligt att pressen skall finansiera samhällsinformationen; det är än mindre rimligt att veckopressen, som inte torde komma i fraga som förmedlare av denna information, och oppositionspressen i främsta rummet skall finansiera den. Ökad samhällsinformation bör i stället betalas via de statliga myndigheternas ordinarie budgeter.

Avslag på propositionen om annonsskatt innebär att staten far finansiera en ökad samhällsinformation pa samma sätt som sker beträffande de statliga myndigheternas och verkens verksamhet, dvs. via de ordinarie statsinkomsterna.

### Det framtida samhällsstödet till pressen

Ett nytt förslag till presstöd bör snarast utarbetas i samarbete med pressens organisationer och föreläggas höstriksdagen sa att stödet kan utgå för tid från och med den 1 januari 1971. Med tanke pa ett sadant förfarande föreslar vi inte riksdagen ett fullständigt alternativ till Kungl. Maj:ts proposition 1971:27 angaende stöd till dagspressen. Moderata samlingspartiet vill emellertid ange de riktlinjer som samhällsstödet till pressen bör följa. En utgångspunkt är därvid de tre ovan nämnda kraven på ett sådant stöd:

1. Det skall utga generellt;
2. Det skall inte vara partipolitiskt diskriminerande;
3. Det skall inte vara konkurrenssnedvridande.

A. *Ökade lånemöjligheter via pressens lånefond.* Otillräckliga ekonomiska resurser medför att en tidning har svårt att göra de satsningar som är ägnade att öka tidningens konkurrensförmåga eller sänka dess produktionskostnader. Det kan t. ex. vara fraga om övergång till ett modernare tryckningsförfarande, t. ex. offsetförfarande, som särskilt för mindre tidningar ställer sig ekonomiskt fördelaktigt framför högtrycksförfarande. En ökning av pressens lånefonds resurser skulle vara ett medel att medverka till en förbättring av pressens villkor.

B. *Höjning av samdistributionsrabatten för dagstidningar.* Samdistribution ställer sig mest förmanlig för de mindre av de samdistribuerade tidningarna. En ökning av samdistributionsrabatten borde därför i främsta rummet ställa sig förmänlig för de mindre tidningarna. I propositionen angaende stöd till dagspressen konstateras att vid utgången av ar 1970 deltog 103 tidningar i samdistribution, medan 73 dagstidningar som skulle kunna omfattas av systemet stod utanför. En anledning till att sa manga tidningar inte deltar i samdistribution torde vara att sadan upplevs som ett konkurrensmedel - att den mindre tidningen erhaller sadana fördelar vid samdistribution pa den större tidningens bekostnad att detta för den större tidningen inte uppvägs av samdistributionsrabatten. Ökar rabatten, ökar också kostnaden för utnyttjandet av detta konkurrensmedel, och fler tidningar torde ställa sig positiva till samdistribution.

C. *Postverkets tidningsrörelse.* Distribution av dagstidningar sker i stor utsträckning genom postverkets vanliga utdelningsformer. Enligt postverkets beräkningar erhalles inte full särkostnadstäckning för denna rörelse. En avtrappning av underskottet för tidningsrörelsen avses ske. Vid utarbetandet av nytt förslag rörande stödet till dagspressen bör dock möjligheten till fortsatt stöd till tidningsdistributionen genom postverket kunna övervägas.

D. *Bidrag för tidningspapper.* Tidningspapper representerar av naturliga skäl en av de tyngre kostnadsposterna för dagstidningar. Kostnaderna blir mer betungande ju mindre tidningens annonstäckning är. En möjlighet att stöda pressen är därför att subventionera en del av pappersförbrukningen. Stödet skulle kunna vara sa utformat att bidraget utgår per förbrukat ton tidningspapper intill ett bestämt antal ton, exempelvis svarande mot den genomsnittliga pappersförbrukningen vid en upplaga om 20 000 exemplar. För pappersförbrukningen utöver denna kvantitet utgår ingen subvention. Fördelen med ett tidningsstöd med denna utformning är att det inte ger några tröskeleffekter.

Under åberopande av det ovan anförda hemställes

att riksdagen måtte

I. avslå Kungl. Maj:ts proposition 1971:27 i vad gäller grunderna för produktionsbidrag till pressen;

II. i skrivelse till Kungl. Maj:t anhålla att Kunl. Maj:t måtte förelägga höstriksdagen nytt förslag till stöd till dagspressen, utarbetat i samarbete med pressens organisationer och med beaktande av det i motionen anförda, att utgå för tid från och med den 1 januari 1971.

Stockholm den 1 april 1971

| | |
|---|---|
| GÖSTA BOHMAN (m) | STAFFAN BURENSTAM LINDER (m) |
| CARL ERIC HEDIN (m) | ASTRID KRISTENSSON (m) |
| ERIC KRÖNMARK (m) | BLENDA LJUNGBERG (m) |
| TAGE MAGNUSSON (m)<br>i Borås | N. YNGVE NILSSON (m)<br>i Trobro |
| PER PETERSSON (m)<br>i Gäddvik | G. IVAR VIRGIN (m) |