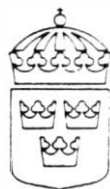


Motion till riksdagen

1989/90:Kr333

av Charlotte Cederschiöld (m)

Översyn av närradiolagen



Mot.
1989/90
Kr333–338

Förutsättningen för en fungerande demokrati är att människor kan bilda sig en egen uppfattning i olika frågor. Därtill krävs en fri och öppen information. Yttrandefriheten måste upprätthållas. Den kan inte endast förbehållas informatörer av det skrivna ordet. I ett modern samhälle blir det talade ordet ett allt viktigare informationsmedium. Yttrandefriheten måste därför också omfatta etermedia. Det krävs konkurrens, mångfald och valfrihet om informationen skall bli fullständig.

Yttrandefriheten är kärnan i hela debatten om etermedia. Ändå handlar diskussionen mest om finansieringen, därtill begränsad till reklamens vara eller icke vara. Finansiering via reklam är en naturlig och viktig del för den som driver en radiostation, en TV-station eller en tidning, som inte finansieras med skattemedel.

Betydelsen av en fri radio kan knappast överskattas. De i tiden mest närliggande exemplen är de fria radiostationerna som nått in i Östeuropa och genom sin information om förhållandena i Västeuropa påverkat den politiska utvecklingen i demokratisk riktning.

I Sverige är konsumenten beroende av producenten så länge konkurrenskraftiga alternativ inte tillåts i etern. Om etermedierna är fria tvingas producenterna att tillgodose lyssnarnas önskemål.

Så länge endast monolets röst tillåts göra sig hörd kan inte utbudet uppfylla målsättningen "saklig och opartisk". Inte heller kan man tala om "en vidsträckt yttrande- och informationsfrihet".

Ett litet steg mot en friare radio togs i Sverige 1985 när närradion permanentades – till ett område inom en radie av fem kilometer. Fem kilometers yttrandefrihet under knapphetens kalla stjärna kan aldrig utgöra någon fullständig konkurrens för monopolradion, men det blev ett populärt andningshål.

De resursstarka intressena tar över mer av marknaden på grund av reklamförbudet. Andra styrande regler, som exempelvis STIM-avgifterna, minskar möjligheterna för musikföreningarna. Dessa, som en gång populariserade närradion, har dragit ner sin andel av sändningstiden från 8 % till 1,4 %. Arbetarrörelsen och Arbetsgivareföreningen stärker sin andel. Kyrkorna har halverat sin andel, medan de politiska partierna fyrdubblat sin. Särskilt socialdemokraterna, från början motståndare till närradion, använder den mest av partierna för politisk opinionsbildning.

Den första närradiosändningen utsändes den 1 januari 1925. 1955 startade P 2. Piratstationen Radio Nord startade 1961 och drog till sig lyssnarna. Därmed påverkade den utbudet så att P 3 startades 1964.

Regeringsskiftet 1976 ledde till att ideella organisationer fick rätt att sända närradio. Sveriges radio omstrukturerades till flera bolag. Varje bolag har en styrelse med förträdesvis politiker- och folkrörelseintressen.

Närradion började sända 1979. Den regleras av närradiolagen, närradioansvarighetslagen, närradioförordningen och förordningen om avgifter i närradio. Tillstånd krävs från närradionämnden. Sändningar tillåts endast över televerkets radiosändare. I hälften av alla kommuner kan närradio höras. 2 500 föreningar sänder cirka 210 000 timmar per år. Radien har förlängts för de flesta sändare till 15-40 kilometer.

Den statliga kontrollmyndigheten närradionämnden finansieras genom att sändarna avkrävs 15 kronor per sänd timme. Det blir allt svårare för mindre kapitalstarka organisationer att finansiera närradio. Skall ett brett utbud kunna bestå krävs sannolikt reklamfinansiering.

Aktuella utredningar avvisar reklam, och någon ändrad inställning är inte väntad. Sverige skiljer sig från andra länder genom att inte öppna möjligheter för andra röster än statligt beroende att sända det talade ordet. Det blir därmed mindre fritt i vårt land.

I Västeuropa sker en dramatisk utveckling på området. Först var Italien med 2 000 lokala radiostationer 1983, mot då 500 i hela Västeuropa. På fem år hade stationerna i hela Västeuropa ökat till 4 000, i Frankrike från två till 1 600. Irland har expanderat särskilt från 16 till 800 stationer på fem år.

Även i Norden kan en kraftig expansion konstateras. Skillnaderna är dock stora mellan Sverige och övriga Norden.

I Danmark var frågan om finansieringen av närradion en hård politisk kamp som moderaterna (KF) vann i och med att reklamfinansiering tilläts från den 1 juni 1988 (med undantag för alkohol och tobak). Det socialdemokratiska partiet pressades hårt av fackföreningarna, som ägde 100 radiostationer, att tillåta reklamfinansiering.

Andra intäkter, förutom försäljning av sändningstid, är Bingo, betalda lyssnarhälsningar, medlemsavgifter med mera. Sponsring av enskilda program är inte tillåten. Tio procent av stationens intäkter går till lokalradiofonden som stöttar ekonomiskt svaga närradiostationer.

1987 tilläts dagstidningar att erhålla egna sändningstillstånd. Sändningarna skall ha lokal prägel. Tillstånd innehas av föreningar, aktiebolag, offentliga institutioner, dagstidningar och lokalpress. 27 danska dagstidningar är engagerade i närradion. Fackförbunden beräknas investera 80 miljoner kronor i de 40 närradiostationer de är engagerade i. Reklam får sändas tio procent av tiden, det vill säga sex minuter per timme. Danskarna ökar nu sin radiokonsumtion.

Norsk Rikskringkastning (NRK) hade reklam till 1940 då den tyska ockupationsmakten satte stopp. Från att ha varit ett offentligt serviceorgan under kulturdepartementet gjordes NRK om till en stiftelse 1988 i hopp om att effektivitet och självständighet skulle öka och beroendet av politiska myndigheter minska.

Reklam tilläts i närradion tio procent av sändningstiden. (Undantag: vissa

helgdagar och reklam som vänder sig till barn). 20 procent av de reklamintäkter som överstiger 16 000 norska kronor per år går till norska Närradionämnden för att finansiera kapitalsvaga stationer. Lyssnargruppen är ung. I Oslo lyssnar 61 procent i åldersgruppen 15–34 år på den populäraste stationen Radio 1.

Ideella organisationer finns med i 59 procent av stationerna, kommuner i sex procent, näringsdrivande företag i 12 procent och enskilda sammanslutningar i 30 procent. Många stationer drivs i kommersiellt syfte. Radio 1 till exempel drivs mycket professionellt och tar in 1,6 miljoner norska kronor per månad.

Reklamfinansieringen är en försöksverksamhet som pågår till 1993. Den nya norska regeringen har aviserat att den då skall permanentas. De kommersiella stationerna hyser förhoppningar om att reklamskatten skall sänkas till 5 procent.

Den norska Närradionämnden har färre arbetsuppgifter och är mindre myndighetsutövande än den svenska. Organisationerna får sinsemellan enas om sändningsfrekvens eller fördelning av sändningstid. Lagen är mindre detaljerad och kräver endast att sändningen har huvudsakligen lokalt innehåll.

Närkringkastningsnemnda beviljar sändningstillstånd. Sändningarna täcker i princip en kommun. Skolor, föreningar, sammanslutningar, landsomfattande organisationer, kabelbolag, kommuner och privatpersoner (till 49 procent av stationen) får tillstånd att driva närradio.

Islands etermonopol upphävdes 1956. 9 stationer har långtidstillstånd, 34 stationer har tillstånd på kort tid. 34 skolor har tillstånd. I motsats till Danmark, Finland och Norge finns inga regler som begränsar sändningstiden av reklam. Reklam skall dock sändas vissa tider och vara klart avskild från övrigt programinnehåll. Tio procent av reklamintäkterna går till en kulturfond som stöder inhemsk radioproduktion. Krav för koncession är att yttrandefrihet och demokrati beaktas, olika synpunkter i kontroversiella frågor beaktas, högst tio procent av företaget får vara utlandsägt och isländskt språk och inländsk kultur skall värnas.

Finland har två rikskanaler, en tredje togs i drift 1989. 1989 var 36 reklamfinansierade och sex icke kommersiella privata lokalradiostationer i drift. Cirka hälften ägs av lokala tidningar. Enskilda personer och aktiebolag, liksom fackföreningar har rätt att driva lokalradio, som närradion kallas i Finland, dock ej religiösa organisationer.

Sändningsinnehållet skall ha lokal karaktär och främja den nationella öppna debatten. 75 procent av tiden skall vara egenproducerade. Reklam tillåts tio procent av den totala sändningstiden och högst 24 minuter av två på varandra följande timmar.

I Helsingfors finns tre kommersiella stationer. Enligt en undersökning från våren 1989 lyssnar fler Helsingforsbor på den fria lokalradion än på riksradion.

Radio 1 i Helsingfors sänder dygnet runt över en radie av 50 kilometer. Egna undersökningar visar 450 000 lyssnare per vecka.

95 procent av alla stationers intäkter kommer från reklam. Sponsring är tillåten. Här finns ingen reklamskatt i motsats till i Danmark och Norge. Reklamintäkterna är ansenliga (1988: 120 miljoner mark) och väntas enligt tra-

fikdepartementet under 90-talet stiga till 150 000 – 200 000 mark i fast penningvärde.

Mot. 1989/90
Kr333

Statsrådet i trafikdepartementet beviljar koncession för fem år. Någon särskild rundradiolag finns inte. Man räknar med ett underlag av ca 60 000 människor för lönsamhet. För närvarande behandlar trafikdepartementet ytterligare 50 ansökningar. Staten ger inget finansiellt stöd till verksamheten. Många stationer är mycket lönsamma. Få har slutat på grund av ekonomiska svårigheter. Konkurrensen är hård i de större städerna.

● Örvakningen sköts av en person som använder viss del av sin arbetstid till detta.

En nordisk jämförelse ger vid handen att den friaste närradiomarknaden finns i Finland, medan Sverige skiljer sig markant genom sitt reglerade system. De finansiella förutsättningarna gynnar konkurrens i Finland, medan den snarare snedvrids i Sverige. Detta missgynnar konsumenterna, de svenska lyssnarna.

För att dessa skall få ett förbättrat utbud av kvalitet krävs att den svenska närradiolagen ses över så att de möjligheter som finns i övriga Norden öppnas även i vårt land.

Hemställan

Med hänvisning till det anförda hemställs

att riksdagen begär att regeringen genomför en översyn av närradiolagen i syfte att närma villkoren för svensk närradio till dem som gäller i övriga Norden och då särskilt i Finland, i enlighet med vad som anförts i motionen.

Stockholm den 25 januari 1990

Charlotte Cederschiöld (m)