

Motion till riksdagen 2007/08:K3

av Berit Andnor m.fl. (s)
med anledning av prop. 2007/08:4

Annonstid i radio och TV

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen avslår propositionens förslag till ändring i radio- och TV-lagen (1996:844).

Motivering

De nuvarande reglerna för annonser i radio och tv utgår inte från vilka sändningarna riktar sig till utan vilket land sändningen sker från. Således har TV 3 och Kanal 5, som sänder från Storbritannien, generösare möjligheter att sända reklam än TV 4 som sänder från Sverige. Propositionens förslag om utökning av tiden för annonser i radio och tv innebär en harmonisering av villkoren för de kanaler som för närvarande sänder tv huvudsakligen riktat till en svensk publik oavsett vilket land sändningen utgår från.

Det finns därför för TV 4 ett intresse av att den svenska lagstiftningen medger lika mycket annonsering som den brittiska. Vi socialdemokrater är också väl medvetna om att TV 4 verkar på en konkurrensutsatt marknad. Riksdagen behöver dock väga in fler aspekter än detta intresse innan beslutsfattandet görs.

Behovet av konkurrensneutrala regler för annonsering måste alltid vägas mot ett allmänintresse av att slippa störande annonser. Vilgot Sjöman och Claes Eriksson fick för några år sedan TV 4 fällt för brott mot upphovsrättslagen därför att deras filmer blivit avbrutna genom reklamavbrott. Rätten ansåg att deras ideella upphovsrätt hade kränkts genom reklamen. På uppdrag av Tidningarnas Telegrambyrå lät Sifo göra en intervjuundersökning i augusti 2002 av 1 000 personer kring tv-reklam. Resultatet härav visade att 80 procent upplever reklamavbrott som störande. Inget talar för att detta förhållande har ändrats till en mer positiv inställning till reklam under senare år. I propositionen överläts det dock helt till programföretagen själva att bedöma hur mycket annonser som kan sändas utan att publiken upplever det som

Fel! Okänt namn på

störande. Mot bakgrund av de ovan relaterade domarna och Sifundersökningen går det inte att säga att de lyckats med detta. Att då ytterligare vidga möjligheterna att sända reklam utan att på något sätt fundera kring allmänintresset i sammanhanget är en uppenbar brist i propositionen.

Till detta kommer att EU håller på att arbeta om de generella riktlinjerna för annonsering. Det finns inte i propositionen angivet starka skäl nog för Sverige att föregå det arbetet. Det finns därför en risk för att lagstiftningen måste göras om ännu en gång för att harmoniseras med EU:s förändrade direktiv. Riksdagen bör därför avvakta med eventuell lagstiftning tills det nya tv-direktivet är beslutat.

Stockholm den 3 oktober 2007

Berit Andnor (s)

Morgan Johansson (s)

Helene Petersson i Stockaryd (s)

Phia Andersson (s)

Jan Björkman (s)

Yilmaz Kerimo (s)

Billy Gustafsson (s)

Sinikka Bohlin (s)